

**Е.В. Попова, Н.Р. Кельчевская, И.М. Черненко,
С.А. Сироткин, И.С. Пелымская**

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ
ПРЕДПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ
РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ
ПОЛИТИКИ**

монография

Ekaterina V. Popova, Natalya R. Kelchevskaya,
Ilya M.Chernenko, Sergey A. Sirotkin, Irina S. Pelymskaya

**Social responsibility and human capital
of enterprises in the system of regional
social policy**

Москва

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

2017

УДК 334.7:316.3:332.14

ББК 65.011

С69

Рецензенты:

Душин Алексей Владимирович – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой управления проектами НЧОУ ВО «Технический университет УГМК».

Романова Ольга Александровна – доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник института экономики УрО РАН.

С69 Социальная ответственность и человеческий капитал предприятий в системе региональной социальной политики: монография / Е.В. Попова, Н.Р. Кельчевская, И.М.Черненко, С.А. Сироткин, И.С. Пелымская. – М.: Креативная экономика, 2017. – 318 с.

ISBN: 978-5-91292-186-5

doi: 10.18334/9785912921865

Монография посвящена исследованию проблем социальной ответственности и накопленного человеческого капитала предприятий в региональной социальной политике с учетом направлений развития человеческого капитала в рамках социальной ответственности предприятий региона. В монографии приведены как теоретические, так и методические основы проведения анализа и оценки социальной ответственности предприятий региона, а также необходимые содержательные и математические обоснования. Рассмотрены методические подходы к оценке эффективности социальной ответственности предприятий нефтегазодобывающей отрасли с учетом нормативно-правовых документов. Монография может быть использована студентами, аспирантами и преподавателями экономических вузов (факультетов), научными и практическими работниками, специалистами в области социальной ответственности предприятий.

ISBN 978-5-91292-186-5 © Коллектив авторов, 2017

© Оформление, дизайн обложки

ООО Издательство «Креативная экономика», 2017

Оглавление

Введение	7
Глава 1. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ЭЛЕМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ.....	13
1.1. Сущность социальной ответственности предприятий и ее место в системе социальной политики региона.....	13
1.2. Комплексная характеристика социальной ответственности бизнеса.....	34
1.3. Формы и механизмы взаимодействия региональной власти и бизнес-структур при реализации социальной политики	68
Глава 2. РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РАМКАХ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА.....	88
2.1. Понятие человеческого капитала и процесс его формирования	88
2.2. Роль и значение интеллектуального капитала в развитии промышленного предприятия.....	103
Глава 3. ФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА	127
3.1. Методические подходы к оценке эффективности социальной ответственности организаций.....	127
3.2. Исследование особенностей социальной ответственности предприятий нефтегазовой отрасли	156
3.3. Оценка социальной ответственности организаций нефтегазового комплекса.....	194
Глава 4. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА.....	217
4.1. Социальное проектирование как методический инструмент для развития социальной ответственности нефтегазовых компаний	217
4.2. Организация социального проектирования в системе социальной ответственности бизнеса	265
4.3. Формирование отчетности о социальной ответственности предприятий нефтегазодобывающей отрасли.....	276
Заключение	289
Библиографический список.....	290

Монография посвящена исследованию проблем социальной ответственности и накопленного человеческого капитала предприятий в региональной социальной политике с учетом направлений развития человеческого капитала в рамках социальной ответственности предприятий региона. В монографии приведены как теоретические, так и методические основы проведения анализа и оценки социальной ответственности предприятий региона, а также необходимые содержательные и математические обоснования. Рассмотрены методические подходы к оценке эффективности социальной ответственности предприятий нефтегазодобывающей отрасли с учетом нормативно-правовых документов. Монография может быть использована студентами, аспирантами и преподавателями экономических вузов (факультетов), научными и практическими работниками, специалистами в области социальной ответственности предприятий.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, человеческий капитал, эффективность, нефтегазодобывающая отрасль, региональная социальная политика

Ekaterina V. Popova, Natalya R. Kelchevskaya,
Ilya M. Chernenko, Sergey A. Sirotkin, Irina S. Pelymskaya

SOCIAL RESPONSIBILITY AND HUMAN CAPITAL OF ENTERPRISES IN THE SYSTEM OF REGIONAL SOCIAL POLICY

Content

Introduction	7
Chapter 1. SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES AS AN ELEMENT OF REGIONAL SOCIAL POLICY	13
1.1. Nature of social responsibility of enterprises and its place in the system of social policy of the region	13
1.2. Complex characteristic of social responsibility of business	34
1.3. Forms and mechanisms of interaction between regional authorities and business structures during implementation of social policy	68
Chapter 2. DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE FRAMEWORK OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES OF THE REGION	88
2.1. Concept of human capital and the process of its formation.....	88
2.2. The role and importance of intellectual capital in the development of an indus- trial enterprise	103
Chapter 3. FORMATION OF THE METHODOICAL APPROACH TO EFFICIEN- CY ASSESSMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES OF OIL AND GAS INDUSTRY OF THE REGION	127
3.1. Methodical approaches to the efficiency assessment of social responsibility of companies	127
3.2. Research of features of social responsibility of enterprises of oil and gas industry	156
3.3. Assessment of social responsibility of enterprises of oil and gas complex.....	194
Chapter 4. DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF OIL AND GAS ENTERPRISES OF THE REGION.....	217
4.1. Social design as a methodological tool for the development of social responsi- bility of oil and gas companies	217
4.2. Organization of social design in the system of social responsibility of business	265
4.3. Reporting on social responsibility of enterprises of oil and gas industry	276
Conclusion.....	289
Bibliography	290

The monograph is devoted to the study of the issues of social responsibility and accumulated human capital of enterprises in regional social policy taking into account the directions of human capital development within the framework of social responsibility of enterprises of the region. The monograph covers theoretical and methodical basics of the analysis and assessment of social responsibility of the enterprises of the region, and necessary substantial and mathematical justifications. We consider methodical approaches to the efficiency assessment of social responsibility of oil and gas enterprises, taking into account regulatory and legal documents. The monograph can be used by students, post-graduate students and lecturers of economic universities (faculties), scientific and practical workers, experts in the field of social responsibility of enterprises.

Keywords: social responsibility of business, human capital, efficiency, oil and gas industry, regional social policy

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время проблема становления социальной ответственности российского бизнеса в системе региональной социальной политики и ее экономической эффективности актуальна в связи с необходимостью устранения негативных последствий социальных преобразований в РФ, связанных с изменением общественно-экономического строя, резким ростом поляризации доходов различных социальных групп российского населения. К сожалению, в РФ недостаточно используется опыт развитых мировых экономик по формированию социальной ответственности бизнеса, особенно крупного, сосредоточившего у себя практически все природные ресурсы, конкурентоспособные отрасли экономики страны.

В современных условиях реализация эффективной политики социальной ответственности влияет практически на все ключевые социально-экономические показатели деятельности коммерческого предприятия, приносит ему дополнительную прибыль и имеет положительный эффект для общества, региона, страны. Однако отметим, что однозначного общепринятого определения понятия «социальная ответственность бизнеса» и комплексной методики оценки социальной ответственности организаций в настоящее время в экономической науке не сформулировано, а круг заинтересованных сторон (стейкхолдеров) не определен.

Растущее осознание руководством многих крупных и успешно работающих на сегодняшний день предприятий роли и значения инвестиций в социальную сферу, социально-трудовые отношения, человеческий капитал побуждает переходить от разовых мероприятий к долгосрочному взаимодействию на базе комплекса социальных программ, проектов, льгот, гарантий. Между тем остаются слабо разработанными вопросы оценки эффективности как корпоративной социальной ответственности организаций, так и развития человеческого капитала.

Сегодня утверждения о нецелесообразности осуществления социальных мероприятий встречаются всё реже, распространение социальной ответственности в российском бизнес-сообществе соответствует мировым тенденциям. Все более осознается необходимость сотрудничества с зарубежными партнерами, инвесторами и экспертами, которые учитывают социальные программы, расширение сфер деятельности крупных фирм за пределами РФ.

Научно-технический прогресс неразрывно связан с постоянным развитием и повышением квалификации персонала, инвестированием в человеческий капитал – самый ценный актив любого предприятия. Все агрегаты имеют номинальную мощность, человеческий же потенциал неограничен. В то же время в условиях максимизации прибыли бизнес интересуют благоприятные долгосрочные перспективы, целесообразность вложения в человеческий капитал. Поэтому одним из основных требований к социальной ответственности предприятий в системе региональной социальной политики является ее экономическое обоснование и обоснование эффективности человеческого капитала. Несмотря на то что предоставление социальных льгот, гарантий и компенсаций связано со значительными издержками для предприятия, современные организации рассматривают данные затраты как инвестиции, которые должны приносить социальный эффект.

Таким образом, необходимо разработать теоретические положения и методические инструменты оценки социальной ответственности предприятий и человеческого капитала в системе региональной социальной политики. Особый интерес представляет уровень социальной ответственности предприятий нефтегазового комплекса, что обусловлено занимаемым местом и стратегической ролью нефтегазового сектора в общей экономической системе страны, учитывая, что именно он в настоящее время дает наибольший объем поступлений в валовой национальный продукт. В этой связи представляет научный интерес крупнейший нефтегазоносный регион – Ханты-

Мансийский автономный округ – Югра. В этом регионе нефтегазодобывающая промышленность является базовым сектором экономики и формирует основную долю валового регионального продукта, обеспечивает приток инвестиций в регион, определяет бюджетную ситуацию, инфраструктурное развитие, структуру экспорта.

Концепция социальной ответственности предприятий, базовым элементом которой являются инвестиции в социальную сферу, человеческий капитал, на сегодняшний день разработана не в достаточной степени, поэтому рассматриваемые в экономической теории вопросы социальной ответственности бизнеса требуют более глубокого теоретического обоснования.

Необходимо отметить, что постановка проблемы ответственности бизнеса в его первоначальных формах меценатства и благотворительности нашла отражение в трудах представителей еще классической и неоклассической экономической теории, например в трудах У. Пети, А. Смита, К. Маркса, А. Маршалла и др. В настоящее время можно отметить весомые труды таких российских ученых, как Н.Р. Кельчевская, О.А. Романова, И.М. Черненко, Ю.Е. Благов, С.Е. Литовченко и пр., которые представляют ценность с позиции определения сущности социальной ответственности предприятия, исследования роли человеческого капитала в социальной политике. Нельзя не отметить и влияние зарубежных авторов на оценку социальной ответственности бизнеса. В числе зарубежных исследователей следует отметить труды А. Кэролла, Г. Боуэна, Э. Тоффлера, Б. Ханта, Р.Е. Фримана и др.

Однако, многочисленность публикаций, посвященных данной проблематике, свидетельствует не только о важности рассматриваемой проблемы, но и об отсутствии единого мнения по поводу содержания ключевого понятия «социальная ответственность бизнеса»; о несовершенстве имеющегося методического инструментария, выражающемся в отсутствии интегрального показателя оценки социальной ответственности бизнеса. Недостаточно освещены, опреде-

лены в научных источниках объективные причины, факторы функционирования бизнеса как социально ответственного.

Цель данной монографии заключается в совершенствовании теоретических и методических подходов к развитию инструментария оценки и формирования отчетности социальной ответственности предприятий в системе региональной социальной политики.

Для достижения поставленной цели определена необходимость в решении следующих задач:

1. Уточнить сущность понятия «социальная ответственность предприятий» в системе социальной политики региона;
2. Определить и развить методические основы оценки эффективности социальной ответственности организаций;
3. Определить и развить методические основы оценки человеческого капитала;
4. Уточнить сущность понятия «социальный проект» как методического инструментария развития социальной ответственности нефтегазовых компаний;
5. Сформировать методические положения по развитию социальной отчетности о социальной ответственности предприятий нефтегазодобывающей отрасли.

Сформированные задачи учитывают социально-экономические отношения, складывающиеся в процессе социальной ответственности предприятий нефтегазовой отрасли с учетом особенностей их развития в системе региональной социальной политики, поскольку предполагается, что социальная ответственность предприятий в системе региональной социальной политики современных организаций носит неформализованный и бессистемный характер, что проявляется в отсутствии или неразвитости ряда ее направлений и механизмов реализации. Вместе с тем социальная ответственность, как и любая другая управленческая деятельность, требует налаженной системы управления, включающей в себя следующие этапы: определение приоритетов социальной политики, создание структуры управления со-

циальными программами, реализация социальных программ, отчетность по социальной ответственности и ее оценка, коммуникации (доведение до сведения заинтересованных сторон результатов оценки).

Теоретико-методологическую основу монографии составляют достижения отечественной и зарубежной экономической науки, исследования и разработки в области социально-экономических и социально-трудовых отношений, теории человеческого капитала, теории социального партнерства, социальной статистики, социального инвестирования в контексте и применительно к социальной ответственности предприятий. Информационно-эмпирической базой исследования явились официальные базы данных статистической информации, публикуемые Федеральной службой государственной статистики; исследования и расчеты автора по статистической отчетности и другим материалам, полученным на предприятиях нефтегазового комплекса в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре (далее – ХМАО – Югра); информация, опубликованная в периодической печати, специальной научной литературе, глобальной информационной сети; Международные стандарты в области социальной ответственности предприятий; материалы Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, Департамента труда и занятости населения ХМАО – Югры. Источниками нормативно-законодательной базы явились нормативно-правовые акты Российской Федерации. В ходе исследования использовались материалы международных, всероссийских и региональных научно-практических конференций, семинаров и круглых столов, посвященных вопросам социального партнерства, социальной ответственности бизнеса, а также данные годовых отчетов, коллективных договоров ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Газпром», ОАО НК «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ» и др.

Монография состоит из 4 глав. В *первой* главе – «Социальная ответственность предприятий как элемент региональной социальной политики» – рассмотрена сущность социальной ответственности предприятий и представлено ее место в системе социальной политики

региона; представлена комплексная характеристика социальной ответственности бизнеса; описаны формы и механизмы взаимодействия региональной власти и бизнес-структур при реализации социальной политики. Во *второй* главе – «Развитие человеческого капитала в рамках социальной ответственности предприятий региона» – определены методические подходы к повышению эффективности человеческого капитала в результате реализации социальной ответственности предприятий региона.

В *третьей* главе – «Формирование методического подхода к оценке эффективности социальной ответственности предприятий нефтегазодобывающей отрасли региона» – раскрыты методические подходы к оценке эффективности социальной ответственности организаций; обоснованы особенности социальной ответственности предприятий нефтегазовой отрасли; представлены методы оценки социальной ответственности организаций нефтегазового комплекса.

В *четвертой* главе – «Развитие социальной ответственности нефтегазовых предприятий региона» – представлено социальное проектирование как методический инструмент для развития социальной ответственности нефтегазовых компаний; представлена организация социального проектирования в системе социальной ответственности бизнеса; разработаны формы отчетности о социальной ответственности предприятий нефтегазодобывающей отрасли.

1. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ЭЛЕМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

1.1. Сущность социальной ответственности предприятий и ее место в системе социальной политики региона

Одной из явно выраженных тенденций развития страны является *регионализация* социально-экономических процессов, что нашло отражение в повышенном внимании к ней всех экономических субъектов – органов власти и управления различных уровней, бизнеса, домохозяйств. Реальное движение в направлении регионализации сопряжено с необходимостью повышения эффективности социально-экономических механизмов, которые призваны обеспечить результативность процессов управления регионами.

Одним из критериев благополучного развития региона являются *экономическая, социальная, экологическая устойчивость* региона как субъекта РФ, представляющая собой такое состояние всех региональных систем, при котором обеспечиваются экономический рост, рост доходов, социальная стабильность и экологическая безопасность региона.

Нарушение экономической, социальной, экологической устойчивости влечет за собой возникновение ущербов различного характера, возможных в экономической, социальной и экологической видах деятельности региона.

Для достижения экономической, социальной, экологической устойчивости необходима разработка эффективной региональной социально-экономической политики, сущность которой заключается в управлении региональным развитием для достижения целей предприятий (бизнеса), региона и общенациональных целей.

На сегодняшний день наблюдается недостаточная проработанность теоретических основ развития региональной социально-эконо-

мической политики, которые препятствуют максимальному использованию природно-климатических, технико-технологических, социальных и экономических условий административно-территориальных образований в целях развития региона и всей страны, интенсификации интеграционных процессов, повышения конкурентоспособности экономики региона.

Таким образом, формирование концептуальных основ и разработка эффективных инструментов региональной социально-экономической политики является актуальной теоретической и практической проблемой. Ее повышенная сложность обусловлена, с одной стороны, разнообразием функций, которые выполняют органы власти и управления, а также направлениями и взаимосвязями между бизнес-структурами, обусловленными географическими, природно-климатическими, социально-экономическими условиями; с другой – ограниченными возможностями использования накопленного зарубежного опыта в силу накопления, применения и развития его в иной институциональной среде.

Региональная социально-экономическая политика является гармонизированной и согласованной совокупностью мер и действий, осуществляемых органами власти, бизнес-сообществами, социальными институтами и населением региона, направленной на достижение экономической, социальной и экологической устойчивости региона [179, с. 8].

Социальная политика осуществляется на различных уровнях – на уровне предприятия, района, города, субъекта РФ и на федеральном уровне – администрацией предприятия (бизнеса) и соответствующими государственными органами. Кроме них в разработке и осуществлении социальной политики на различных уровнях важную роль играют профсоюзы, общественные и региональные организации, партии и общественные движения [59, с. 47].

Все они представляют собой институты социальной политики и выступают одновременно ее субъектами. Именно они, выражая интересы

населения (общества) в целом, а также его отдельных социальных и профессиональных групп, формируют задачи достижения определенных целей в социальной сфере, предусматривают выделение необходимых ресурсов, определяют пути и методы их достижения [59, с. 47].

Как показывают результаты исследования, социальная политика всегда носит адресный и многоуровневый характер и направлена на улучшение условий жизни отдельных социальных групп населения. К основным объектам социальной политики относятся такие сферы социальной жизни, как образование, культура, здравоохранение, демографические и миграционные процессы, поддержка регионов страны, особенно социально отсталых, и многие другие, а также трудовые отношения, их регулирование, проблемы занятости и безработицы [59, с. 48].

Субъекты социальной политики совместно или каждый в отдельности вырабатывают и осуществляют политику в сфере социально-экономических отношений. По существу, эти виды деятельности тесно взаимосвязаны и дополняют друг друга, поэтому можно утверждать о наличии единой социальной политики, проводимой на разных уровнях [59, с. 48].

Конечной целью социальной политики, как отмечают Д.З. Коровяковский, А.А. Шулус, В.Т. Иванов и др., является повышение благосостояния населения на основе экономического роста, и прежде всего – повышения производительности общественного труда, что невозможно при уравнительном распределении, когда нет стимулов к высокоэффективному труду [59, с. 53]. Под социальной политикой эти экономисты понимают целенаправленную деятельность, направленную на улучшение социальных условий жизни работников. По их мнению, социальная политика означает согласование интересов различных групп в потребностях и уровне их удовлетворения [59, с. 54].

Эффективно проводимая социальная политика является одним из важных факторов экономического роста региона и страны в целом. Ее положительное воздействие на экономическое развитие тер-

риторий проявляется, прежде всего, в прямом и непосредственном повышении образовательного и культурного уровня населения, а это становится основой для формирования квалифицированного персонала, способного в полной мере использовать современные производительные силы и обеспечивать их дальнейший прогресс. Однако чаще всего влияние социальной политики на экономику происходит опосредованно, через систему стимулирования деятельности работников и коллективов посредством создания благоприятных условий жизни, что составляет главную конечную цель любой социальной политики как предприятия, так и власти. Тем самым она выступает существенным фактором, влияющим на повышение эффективности общественного производства и, соответственно, экономического роста территории [59, с. 55].

В современной экономической науке принято к основным направлениям социальной политики в ее широком смысле относить развитие:

- условий, обеспечивающих право на труд и приемлемую заработную плату;
- образования;
- культуры и искусства;
- здравоохранения и физической культуры;
- пассажирского транспорта, связи, средств массовой информации;
- собственно субъектов социальной политики – развитие социальной инфраструктуры, учреждений социального обеспечения и службы занятости, социальной помощи, миграционной политики и др. [59, с. 111–112].

По мнению К.В. Симонова, социальная политика представляет собой систему мер, направленных на достижение целей и результатов, связанных с повышением общественного благосостояния, улучшением качества жизни народа и обеспечением социально-политической стабильности, социального партнерства и социального смысла в обществе [73, с. 24].

Основными направлениями государственной, а соответственно, и региональной социальной политики, отражающими ее специфику, по мнению российских экономистов К.В. Симонова, Д.В. Петросянц, Е.В. Махмутовой [73, с. 25], являются:

- политика доходов населения (жизненный уровень, потребительская корзина, благосостояние);
- политика в сфере труда и трудовых отношений (оплата труда, охрана труда и социальное страхование, занятость населения);
- социальная поддержка и защита нетрудоспособных и малоимущих слоев населения (пенсионное обеспечение, социальное обслуживание, социальные гарантии и т.п.);
- основные направления развития отраслей социальной сферы (охрана здоровья и его профилактика, обеспечение занятости трудоспособного населения, разработка пенсионных схем, образование, наука, культура и т.п.);
- обеспечение экологической безопасности социума;
- политика в области современной инфраструктуры (обеспечение жильем, транспорт, коммуникации, торговое и бытовое обслуживание);
- миграционная политика;
- государственная политика в отношении отдельных категорий населения.

Таким образом, социальная политика государства, региона, создающая в процессе своего осуществления эффективную систему социальной защиты населения, является одним из важных вопросов, без решения которого невозможно создать гармоничную рыночную экономику и достичь благополучия во всех сферах общества.

Несомненно, государство играет ведущую роль в процессах перераспределения и, особенно, в предоставлении и осуществлении социальных гарантий. Однако государство не является единственным субъектом социальных гарантий. Существенное место в процессе их предоставления занимает социальная активность бизнеса. Деятель-

ность бизнеса прямо сказывается на состоянии социальных проблем, так как оказывает непосредственное влияние на занятость, заработную плату и уровень социального обеспечения работников. Сегодня в мире все большее распространение получает концепция социально ответственного бизнеса. *Корпоративная социальная ответственность* (далее – КСО) – концепция интеграции заботы о социальном и экологическом развитии в бизнес-операциях компаний во взаимодействии со своими акционерами и внешней средой. Сущность концепции социальной ответственности бизнеса в том, что бизнес, основной целью которого является получение прибыли, должен стремиться к достижению стабильности в обществе и социальной защищенности его членов.

Польза от социально ответственного бизнеса для общества очевидна. Основная проблема заключается в том, насколько выгодна самому бизнесу деятельность подобного рода. Деятельность компаний по КСО носит сугубо добровольный характер. Однако в мир бизнеса пришло понимание того, что быть социально ответственными в современном мире необходимо, а главное, выгодно. Грамотно вложенные в социальные программы средства являются реальной помощью обществу и приносят пользу и самому бизнесу (укрепление репутации и имиджа компании, рост инвестиционной привлекательности, повышение качества управления бизнесом).

Как видно из приведенного выше, любая бизнес-компания стремится к максимальной эффективности, которая позволяет производить и продавать качественную продукцию, выплачивать дивиденды акционерам и т.п., то есть деятельность коммерческих организаций имеет ярко выраженную социальную составляющую. Социальная ответственность бизнеса в экономике – это и должное качество товаров и услуг, и высокий уровень безопасности производства, и нормальные условия работы персонала, и многое другое.

Принято считать, что понятие социальной ответственности в его современном значении родилось на Всемирном саммите 1992 г.

в Рио-де-Жанейро, когда ряд транснациональных компаний, объединившихся во Всемирный деловой совет по устойчивому развитию, предложили программу саморегулирования социальной деятельности [10, с. 23].

В Европе корпоративная социальная ответственность официально сформировалась как устойчивое понятие лишь в начале XXI века на Лиссабонском европейском саммите в марте 2000 г. Европейская комиссия определяет КСО (CSR – corporate social responsibility) как «концепцию интеграции заботы о социальном и экономическом развитии в бизнес-операциях компаний во взаимодействии со своими акционерами и внешней средой» [180, с. 42–43].

Смысл концепции «социальная ответственность бизнеса» во многих случаях воспринимается очень субъективно, однако можно выделить ее основные характеристики. В отличие от юридической, социальная ответственность – это добровольная обязанность бизнесменов проводить такую политику, принимать такие решения и следовать таким направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества. Иными словами, это своеобразный общественный договор между предпринимателями, населением и государством, цель которого – способствовать благосостоянию общества [181].

Дискуссии о сущности социальной ответственности бизнеса в научной среде ведутся с 1953 г. – именно тогда была опубликована работа Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена», в которой были определены рамки и заданы направления последующей дискуссии о социальной ответственности бизнеса.

На проблему социальной ответственности предприятий (корпораций) перед обществом есть две основные точки зрения: одна заключается в признании достаточности для бизнеса стремления к прибыли при условии строгого соблюдения законов (М. Фридмен), другая – в том, что, кроме указанного стремления, организация несет моральную ответственность перед обществом за свое поведение,

должна эту ответственность сознавать и вести себя так, как того ожидает от нее общество, т.е. добровольно и активно принимать участие в решении социальных проблем (Э. Карнеги, Д. Рокфеллер, Р. Вуд, Х. Бауэн).

В научной литературе понятие социальной ответственности бизнеса трактуется как добровольный вклад бизнеса, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума, в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах [22, с. 81].

Социальная ответственность в широком понимании выступает как определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам, осознание последними своего долга перед обществом, коллективом, индивидом за свои действия и их социальные последствия [23, с. 76].

Д.А. Ситковский отмечает, что «социальная ответственность бизнеса представляет собой философию поведения и концепцию выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными менеджерами основной и дополнительной общественно-значимой деятельности. При этом социальная ответственность бизнеса не является и не может рассматриваться в качестве некой операционной, жестко и однозначно регламентированной сферы деятельности. Именно поэтому социальную ответственность бизнеса следует трактовать как стиль деловой активности, принятый бизнесменами добровольно и оказывающий значимое влияние на процесс принятия ими стратегических и тактических решений по развитию бизнеса с учетом интересов всех задействованных сторон» [182].

Кроме того, он отмечает, что основные вопросы, связанные с ролью бизнеса в развитии общества, представлены в концепции так называемой социальной ответственности бизнеса (или корпоративной социальной ответственности).

Своеобразным ядром концепции служит идея КСО, выдвинутая А. Кероллом [194, с. 268–295], согласно которой главным критерием

деления выступает уровень восприятия собственниками и руководителями идеи социальной ответственности предприятия. Далее Д.А. Ситковский отмечает, что эти категории получили сегодня свою интерпретацию в трех основных направлениях (трех подходах), проиллюстрированных на рис. 1.1.

Уровни восприятия идеи социальной ответственности предприятия		
Низкий	Средний	Высокий
«Корпоративный эгоизм». Единственная ответственность предприятия – это увеличение прибыли акционеров	«Разумный эгоизм». Социальная ответственность рассматривается как средство достижения долгосрочных преимуществ	«Корпоративный альтруизм». Предприятие должно учитывать все аспекты своего влияния на заинтересованные группы и общество в целом

Рис. 1.1. Уровни восприятия идеи социальной ответственности предприятия

Первая трактовка соответствует неоклассическим воззрениям, согласно которым существует одна и только одна социальная ответственность бизнеса: использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к законному увеличению прибыли. На этой основе в 70-х годах прошлого столетия были сформированы принципы «корпоративного эгоизма». Они подразумевают социальную ответственность бизнеса как обеспечение экономических и финансовых интересов собственников и получение компаниями высокой прибыли.

Другой трактовкой социальной ответственности бизнеса является концепция «корпоративного альтруизма». Данный подход к интерпретации социальной ответственности бизнеса прямо противоположен предыдущему подходу и принадлежит Комитету по экономическому развитию США. В рекомендациях этого комитета указывалось, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни общества. Другими словами, ответственность бизнеса перед социумом в данной интерпретации трактуется расширенно. Поэтому помимо конкретных социальных обязательств бизнеса сюда же включается участие в различных благотворительных

и социальных проектах. Необходимо отметить, что в этом случае компания (как бизнес-организация) рассматривается в качестве социальной общности, в рамках которой происходит сотрудничество собственников компании с менеджерами, поставщиками и персоналом, а также потребителями и представителями общественности. В результате данное эффективное сотрудничество и выражается в социальной ответственности.

Третья версия интерпретации социальной ответственности бизнеса нашла свое выражение в концепции «разумного эгоизма». Данная теория рассматривает действия бизнеса по реализации социальных программ как долгосрочные инвестиции, формирующие в долгосрочном периоде времени благоприятную социальную среду для своих работников и территорий своей деятельности, тем самым создавая условия для успешного и стабильного развития, т.е. для достижения долгосрочных преимуществ. В подобной интерпретации социальная ответственность бизнеса вписывается в теорию рационального поведения экономических агентов. При этом бизнес представляет собой просто «хороший бизнес», заботящийся о социуме, поскольку это помогает уменьшить долгосрочные потери прибыли. На рис. 1.2 представлены основные цели, характеризующие каждое из направлений.

	Направления		
	Корпоративный эгоизм	Корпоративный альтруизм	Разумный эгоизм
Цель	– обеспечение экономических и финансовых интересов собственников; – получение высокой прибыли	– социальные обязательства; – благотворительная практика; – социальная практика	– долгосрочное инвестирование; – достижение долгосрочных преимуществ

Рис. 1.2. Восприятие идеи социальной ответственности предприятия

Таким образом, социальная ответственность бизнеса как явление носит очень противоречивый характер, имеет многочисленных сторонников и критиков.

Так, по мнению Д.А. Ситковского, социальная ответственность бизнеса есть не что иное, как проявление организациями заинтересованности в обеспечении интересов общества. При этом организации (бизнес) берут на себя часть ответственности за влияние своей деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местное общество и прочие заинтересованные стороны, а также на окружающую среду. Содержание данной ответственности выходит за рамки, устанавливаемые законодательством, и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом.

Сторонники, рассматривающие социальную ответственность бизнеса как долгосрочную деятельность, придерживаются точки зрения, что существует прочное экономическое обоснование социальной ответственности, которая, в свою очередь, приносит многочисленные преимущества бизнесу от того, что он работает на более широкую и продолжительную перспективу, чем в ситуации извлечения полной, но сиюминутной и краткосрочной прибыли. Критики же утверждают, что «социальная ответственность в бизнесе способствует отвлечению ресурсов от основной фундаментальной экономической роли бизнеса» [182].

Анализ современных подходов, представленных в посвященной данному вопросу зарубежной специальной литературе, позволяет прийти к выводу, что их количество достаточно разнообразно.

В зарубежных источниках социальная ответственность часто трактуется как обязательство бизнеса, взятое на себя самостоятельно, поддерживать устойчивое экономическое развитие через работу с персоналом, их семьями, местными сообществами и обществом в целом с целью улучшения качества жизни путем действий, полезных как для бизнеса, так и для развития общества в целом [12, 13].

По данным института исследований Всемирного банка под социальной ответственностью понимается:

1. Комплекс направлений политики и действий, связанных с ключевыми стейкхолдерами, ценностями и выполняющих требования законности, а также учитывающих интересы людей, сообществ и окружающей среды;

2. Нацеленность бизнеса на устойчивое развитие.

Европейская Комиссия в своих документах опирается на самое широкое определение: «Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды».

Ведущее объединение корпораций США, занимающееся развитием и продвижением концепции «Бизнес за социальную ответственность», определяет корпоративную социальную ответственность как достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде. Как видим, добавляется экологическая составляющая социальной ответственности бизнеса.

В научной литературе, документах национальных и международных организаций социальная роль бизнеса раскрывается через ряд таких понятий, как «филантропия», «благотворительность», «социальная ответственность», «корпоративная социальная ответственность».

По мнению ряда исследователей, термин «социальная ответственность бизнеса» устаревает и на смену ему приходит «корпоративная социальная ответственность». За этим, на первый взгляд, сугубо терминологическим изменением лежит тенденция к расширению круга субъектов социальной ответственности – не только коммерческие, но и некоммерческие организации и государственные структуры.

Следует заметить, что с правовой точки зрения данное различие выглядит не столь существенным. Заниматься деятельностью,

приносящей прибыль, т.е. бизнесом, имеет право практически любое юридическое лицо, в том числе и некоммерческая организация. Использование термина «корпоративная социальная ответственность» ограничивает перечень субъектов такой ответственности юридическими лицами и вносит серьезную путаницу в понимание объема социальной ответственности – ограничивает объем понятия социальной ответственности, включая в нее исключительно корпоративные отношения. Так что термин «социальная ответственность бизнеса» охватывает несколько более широкий круг общественных отношений [193].

На наш взгляд, так как бизнес – это отношения между участниками рынка по поводу их совместной экономической деятельности, ставящей целью получение прибыли (или иных форм дохода) от использования капитала, а корпорация (от лат. corporatio – объединение) в общем смысле – это объединение физических или юридических лиц, связанных единой целью – чаще всего извлечением экономической выгоды (прибыли) или защитой интересов, – то и ответственность аналогична. Поэтому для целей данной работы подразумевается, что термины «корпоративная социальная ответственность» и «социальная ответственность бизнеса» имеют одинаковое экономическое значение.

Считается, что термин «КСО» ввел в употребление американский экономист Г. Боуэн, определив бизнес как «часть общества, ответственную за его стабильное развитие» [183]. Одним из самых кратких является определение американского объединения корпораций Business for social responsibility: «КСО – это достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде» [184]. В этом определении, можно отметить, появляется этическая составляющая КСО.

Европейская комиссия также дает определение КСО: корпоративная социальная ответственность по своей сути является концеп-

цией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды [27].

Следует согласиться с И.А. Мининым, что данное определение подчеркивает добровольный характер проводимых компаниями общественно ориентированных мероприятий [28] и, добавим, имеет экологическое направление.

В Международном стандарте ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» представлено следующее определение социальной ответственности бизнеса: это ответственность организации за влияние ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- согласуется с устойчивым развитием и благосостоянием общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству;
- согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации [1, с. 4].

Данное определение скорее идеальное и не может быть полностью претворено в действительность хотя бы потому, что предусмотреть все последствия одного решения просто невозможно.

Как отмечают П. Уочман, М. Форстер, термины «КСО» и «социальная ответственность бизнеса» призваны обозначить одну и ту же сущность, а именно это [185]:

- способ анализа взаимозависимых отношений, которые существуют между бизнесом вместе с экономическими системами в целом и обществом, в котором они существуют;
- форма обсуждения того, в какой мере бизнес ответственен перед обществом;
- средство, с помощью которого можно обнаружить позитивные последствия для бизнеса, который не отказывается от этой ответственности.

Далее они определяют понятие «социальная ответственность корпораций» следующим образом: «Часть международной инициа-

тивы по увеличению прозрачности работы бизнеса, обнародованию отчетов о его деятельности, это способ осуществлять наблюдение за тем, насколько деятельность бизнеса отвечает этическим и социальным требованиям общества, а также требованиям в области защиты окружающей среды» [185, с. 39].

Р.Н. Абрамов отмечает, что корпоративная ответственность сегодня – это не только глобальная мода, но и долгосрочный тренд в политике транснациональных компаний, отражающий появление социальной политики нового типа, находящейся в ведении не национальных государств, а общественных, международных и деловых структур [186].

Как отмечает М.В. Киварина, социальная ответственность бизнеса трактуется по-разному: иногда очень узко, иногда слишком широко. В узком смысле корпоративная социальная ответственность предполагает своевременную выплату работникам зарплаты, уплату налогов, соблюдение законодательства в сфере охраны окружающей среды, техники безопасности и здоровья работников, этичное поведение в рамках существующего законодательства [187]. Следовательно, исходной сферой формирования системы социальной ответственности бизнеса являются социально-трудовые и связанные с ними экономические и политические отношения. С этих позиций социальная ответственность выступает как метод цивилизованного решения социально-трудовых конфликтов, содержащий в себе механизм достижения социальной стабильности общества.

В широком смысле корпоративная социальная ответственность представляет собой добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, зачастую не связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законодательного минимума и принятых в обществе этических норм. Это ответственность перед деловыми партнерами и сотрудниками, перед местными сообществами и населением в целом [187]. Отметим, в данном определении появляется этическая составляющая социальной ответственности бизнеса.

На Западе сложились две основные модели социальной ответственности – американская и рейнская (или континентальная).

Американская модель социальной ответственности известна еще с XIX в. Согласно этой модели ответственность бизнеса перед обществом ограничивается созданием рабочих мест и обеспечивает эффективность их использования через достойную заработную плату, создание необходимых условий труда и своевременную выплату достаточно высоких налогов. В основе американского предпринимательства лежит принцип максимальной свободы всех субъектов хозяйствования, вследствие чего многие сферы общественных отношений остаются саморегулирующимися. К таким сферам, в частности, относятся трудовые отношения «работник – работодатель», добровольность медицинского страхования. В то же время в США выработаны самые разнообразные механизмы участия бизнеса в социальной сфере, например, через корпоративные фонды, нацеленные на решение разнообразных социальных проблем (оплата профессионального образования, курсов повышения квалификации, подготовки и переподготовки работников, пенсионное обеспечение и страхование). Ответственная социальная деятельность и благотворительность корпораций поощряются соответствующими налоговыми льготами. Таким образом, ядром американской модели является филантропия, при которой бизнес делится частью своей прибыли, вкладывая ее в общественно полезные инициативы, жертвуя на благотворительные нужды.

Данная модель находит наибольшее понимание со стороны населения, общественных организаций и персонала. С точки зрения инвестора благотворительная деятельность свидетельствует о социальной устойчивости компании, что при прочих равных условиях делает ее более привлекательной для вложений. Негативной стороной американской модели является распространенное среди населения мнение, что компания, активно вкладывающая средства в благотворительность, «отмывает деньги» [188].

Согласно *рейнской* модели, бизнес платит большие налоги, а государство на эти средства реализует социальные программы для населения. Подобная модель социальной ответственности бизнеса широко распространена в западноевропейских странах, где присутствуют развитые механизмы денежной помощи. Их охват и размеры существенно различаются в разных странах. Наиболее полно система социальных услуг, поддерживаемых государством, реализуется в Швеции, Норвегии, Дании, Финляндии. Она получила название скандинавской модели социального государства и социальной ответственности бизнеса.

В *рейнской* модели социально ответственная деятельность предприятий связана с достижением их бизнес-целей и является частью стратегии создания добавочной стоимости. Все финансируемые мероприятия в рамках данной модели работают с целью максимизации прибыли. Наиболее распространенными объектами вложений капитала являются такие сферы, как развитие персонала, природоохранная деятельность, разрешение экологических проблем, развитие науки, образования и технологий, благотворительные вложения с участием сотрудников компании, программы приведения деятельности компании в соответствие с мировыми стандартами и т.д.

С точки зрения инвестора, *рейнская* модель является более привлекательной при оценке социально ответственного поведения компании, поскольку имеет относительно измеримые результаты, так как вложения компании в социальную сферу дают ощутимый для местного сообщества эффект. На сегодняшний день данная модель доступна лишь крупным промышленным компаниям и корпорациям, достигшим определенного уровня стабильности бизнеса [189, с. 47–48].

Таким образом, *рейнская* модель социальной ответственности принципиально отличается от американской модели, поскольку в Европе бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения, а в США подобное

вмешательство государства расценивается как нарушение свободы бизнеса. Если американская модель в качестве целей корпоративной социальной ответственности выделяет прибыльность и ответственность перед акционерами, то рейнская дополнительно относит к ней вопросы ответственности перед работниками и местными сообществами. Очевидно, что каждая из моделей имеет свои преимущества и недостатки. Поэтому редко можно встретить страну или даже компанию, практикующую какую-либо одну из них в чистом виде. Как правило, одна из моделей социально ответственного поведения становится в компании преобладающей, при том что используются одновременно обе модели.

В России еще не сформирована собственная модель социальной ответственности. Поэтому некоторые социальные инициативы предприятий и корпораций не имеют четкой стратегии и ясных методов реализации социальной ответственности. Зачастую стратегии носят показной характер. Это не исключает того, что в некоторых регионах руководители корпораций сознательно реализуют социальную политику, понимая, что она отвечает интересам сохранения и развития общества и бизнеса.

Некоторые исследователи полагают, что социальная ответственность в РФ представляет собой некий гибрид, в котором присутствуют элементы американской и рейнской моделей [190, с. 7–28].

По мнению других, российский бизнес избрал американскую модель, ориентированную на социальные инвестиции и местное сообщество, а также на «человеческий капитал» и исключаящую институциональное вмешательство государства.

На наш взгляд, ни та, ни другая модель в полной мере в российском бизнесе пока не нашла непосредственного применения. В настоящее время идет только постепенное приспособление предприятий к реалиям рыночной экономики. Более быстрыми темпами развивается этот процесс на крупных предприятиях, активно внедряющих самостоятельно разработанные стратегии и стандарты со-

циальной ответственности. Они все больше начинают осознавать, что стратегически социально-ответственная деятельность подразумевает долгосрочное инвестирование в социальное развитие, что, в свою очередь, укрепляет положение компании на региональном и на российском рынке в целом.

Моментом становления КСО в России объективно можно считать 2002 г.: именно в это время в нашей стране были опубликованы первые нефинансовые отчеты: компании ОАО «Газпром» и ОАО «Рязанская ГРЭС» опубликовали экологические отчеты, компания ОАО «БАТ Россия» – социальный отчет [191].

Проанализировав приведенные выше определения, можно отметить, что они различаются охватом уровней корпоративной социальной ответственности. Данные уровни определены в классической модели А. Керолла: уровень экономической, правовой, этической и филантропической ответственности. Основой пирамиды является экономическая ответственность как базовая ответственность, далее следует правовая ответственность, этическая ответственность, филантропическая ответственность [56].

Социальная ответственность бизнеса помимо положительного эффекта для общества приносит дополнительную прибыль компании. В России появляются попытки реализации подобных моделей.

Т.М. Ойдуп считает, что социальную ответственность корпорации следует рассматривать как ее вклад в обеспечение устойчивого развития национальной и региональной экономики [16].

По мнению юриста С. Тюрина, каждый бизнесмен, чем бы он ни занимался, чувствует в той или иной мере социальную ответственность перед обществом [26].

Российская Ассоциация менеджеров характеризует корпоративную социальную ответственность как «добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций» [19, с. 9]. «Социальные инвестиции бизнеса – это материальные, технологические, управленческие и иные ресурсы, а также

финансовые средства компаний, направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон, в предположении, что в стратегическом отношении компанией будет получен (хотя и не всегда и не просто измеряемый) социальный и экономический эффект» [19, с. 9].

Российский политолог С.П. Перегудов считает, что «социальная ответственность бизнеса выходит за рамки установленных законом норм и предполагает деятельность, направленную на удовлетворение общественных потребностей» [20].

По словам Т.В. Зверевой, «корпоративная социальная ответственность – это отвечающая специфике и уровню развития корпорации совокупность обязательств, добровольно и согласованно вырабатываемых с участием ключевых заинтересованных сторон, принимаемых руководством компании с учетом мнения персонала и акционеров, выполняемых за счет средств корпорации и нацеленных на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию компании, улучшению ее репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развитию корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, местными сообществами и гражданскими организациями» [21, с. 88].

По мнению И.А. Минина, под корпоративной социальной ответственностью понимается модель стратегического поведения корпораций, при которой разрабатываются и проводятся в жизнь программы социально ответственных инициатив непосредственно в сфере экономической деятельности, а также в природоохранной и социальных сферах [28].

Российские экономисты В.С. Комаровский и Н.А. Волгин понятие социальной ответственности бизнеса трактуют как добровольный вклад бизнеса, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума,

в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах [22, с. 81].

Социальная ответственность в широком понимании выступает как определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам, осознание последними своего долга перед обществом, коллективом, индивидом за свои действия и их социальные последствия [23, с. 76].

С.П. Перегудовым обоснована, на наш взгляд, правильная обобщенная формула социальной ответственности бизнеса: «Корпоративная социальная ответственность – это обязательства, которые берут на себя компании, предприятия, бизнес-группы для решения общественно значимых проблем как в рамках самого бизнес-сообщества, так и за его пределами, т.е. на муниципальном, региональном, национальном, а иногда и глобальном уровнях» [17, с. 3].

Важно отметить, что под социальной ответственностью бизнеса понимается в широком смысле и благотворительность, и меценатство, и корпоративная социальная ответственность, и социально-маркетинговые программы, и спонсорство, и филантропия и т.д.

Анализ нормативных документов, научных источников убеждает в том, что общепринятого определения социальной ответственности бизнеса в международной и отечественной практике не существует. Термин «социальная ответственность бизнеса» раскрывается по-разному.

Обобщая, можно сказать, что под социальной ответственностью бизнеса следует понимать влияние бизнеса через стратегию социальной политики на общество, ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют.

Западное понимание социальной ответственности бизнеса строится на довольно четких регламентах взаимодействия бизнеса и власти: развитое налоговое и трудовое законодательство, высокие стандарты корпоративного управления и этики бизнеса, междуна-

родные стандарты социальной и экологической отчетности (Global Reporting Initiative, стандарт SA 8000 – 2001 «Социальная ответственность», EFQM Framework for Corporate Social Responsibility и др.). На многих российских предприятиях отсутствует единый системный и скоординированный менеджмент социальной деятельности: направления КСО не связаны единой социальной политикой и не реализуются на основе программ скоординированных инвестиций [192].

На региональном уровне социальная ответственность бизнеса является стратегическим ресурсом, обеспечивающим решение важнейших задач социальной политики и социально-экономического развития. Модель корпоративной социальной ответственности выступает наиболее эффективным механизмом согласования интересов бизнеса, государства и общества, общим знаменателем которых выступает обеспечение устойчивого развития региона.

1.2. Комплексная характеристика социальной ответственности бизнеса

Продуманная политика социальной ответственности влияет практически на все ключевые показатели успешности деятельности компаний.

В российской науке направления, составляющие «социальную ответственность бизнеса», не проработаны, что способствует возрастающему релятивизму в понимании. Научное представление о социальной ответственности бизнеса подменяется часто на практике обыденными представлениями о ней и требованиями к ней.

Первая распространенная точка зрения состоит в том, чтобы бизнес взял на себя все социальные проблемы общества. Фактически это будет означать подмену государства бизнесом и в отдаленной перспективе упразднение государства как такового.

Во-первых, государство располагает куда большими полномочиями и финансовыми ресурсами, нежели крупный бизнес. Конечно,

можно говорить о возрастающей тенденции частного права, саморегулирования, о практике концессий, предполагающих передачу исключительных прав государства [198], о возрастании роли международного коммерческого арбитража (который, не являясь органом государственной власти, правомочен выносить юридически обязательные решения), однако частное право не может существовать без государства.

Во-вторых, бизнес не всегда в состоянии брать на себя те или иные социальные проблемы, и, наконец, в-третьих, нельзя не принять во внимание невысокую заинтересованность бизнеса в финансировании решения социальных проблем. Дело в том, что отсутствие прямой заинтересованности отрицательно скажется на качестве исполнения обязанности: бизнес объективно заинтересован исполнять эти дополнительные обременительные обязательства сугубо формально [199].

Как известно, эффект от исполнения обязательства в сфере социальной ответственности является опосредованным. Кроме того, между вложением денежных средств в социально-экономические проекты и наступлением этого опосредованно полезного эффекта для субъекта социальной ответственности пройдет срок, в течение которого интересы субъекта социальной ответственности могут измениться.

Вторая точка зрения определяет социальную ответственность бизнеса исключительно обязательствами перед обществом, акционерами (учредителями, участниками), т.е. «фидуциарными» обязательствами, и государством. На практике эта теория ограничивает роль бизнеса организацией рабочих мест (но не созданием новых), обеспечением своим сотрудникам достойной заработной платы, условий для работы, а также уплатой налогов и иных обязательных платежей в пользу государства.

Принятие данной точки зрения, во-первых, смешивает социальную ответственность бизнеса с юридическими обязанностями,

установленными действующим законодательством, и растворяет ее в них. Во-вторых, происходит подмена понятия социального характера ответственности – данная ответственность установлена в пользу общества, а не государства [200].

В связи с вышеизложенным необходимо разграничить социальную ответственность бизнеса и обязанность по уплате налогов. Степень обязательности несения бремени социальной ответственности еще предстоит установить, но совершенно очевидно, что она будет варьироваться в зависимости от вида социальной ответственности, в то время как обязанность по уплате налогов безусловна. Кроме того, налоги устанавливаются в денежной форме в виде индивидуального безвозмездного платежа, а формы и виды социальной ответственности более разнообразны.

Третья точка зрения ограничивает роль бизнеса благотворительной деятельностью, то есть отрицает само существование института социальной ответственности бизнеса в принципе.

Все вышеперечисленные точки зрения отражают одностороннее узкое понимание видов социальной ответственности бизнеса. Для расширенного понимания социальной ответственности бизнеса его определение должно строиться на общепризнанных принципах социальной ответственности.

В толковом словаре русского языка С.И. Ожегова дается следующее определение: «Принцип (от лат. *prīncipium* – начало, основа) – это основное, исходное положение какой-нибудь теории, учения, мировоззрения, теоретической программы» [7, с. 595].

В Международном стандарте ISO 26000 под принципом понимается фундаментальная основа принятия решения или поведения [1, с. 4].

Из данных определений следует, что принципы – это положения, правила, на которых построена научная система, теория и т.д.

Они предписывают, как надо действовать, чтобы достичь поставленной цели – мысленно предвосхищаемого результата деятельности.

Экспертами, работавшими над созданием Международного стандарта ISO 26000, были разработаны принципы социальной ответственности. Они являются общими по характеру и должны применяться организацией при принятии решений, а также при осуществлении ее деятельности. При использовании этих принципов следует принимать во внимание культурные и религиозные факторы, а также не нарушать правовые ограничения к организации.

В табл. 1.1 представлены принципы социальной ответственности, сформулированные в ISO 26000. Их выполнение обязательно для всех.

Данные принципы не содержат четких критериев определения социальной ответственности, поэтому их можно взять лишь за основу для разработки собственного способа оценки. Основными принципами социальной ответственности, согласно стандарту ИСО 26000 [1], являются: соблюдение правовых норм, подотчетность, прозрачность, этичное поведение, уважение интересов заинтересованных сторон, соблюдение международных норм поведения, устойчивое развитие, соблюдение прав человека, уважение индивидуальности.

Важную роль в социальной ответственности играет мотив. В толковом словаре русского языка С.И. Ожегова дается следующее определение: «Мотив (от лат. *movere* – приводить в движение, толкать) – это побудительная причина, повод к какому-нибудь действию» [7, с. 367]. Под преимуществом понимается «выгода, превосходство в сравнении с кем-нибудь, чем-нибудь другим» [7, с. 583]. Следовательно, например, снижение текучести кадров – это мотив, а с другой стороны – это выгода, т.е. преимущество. Таким образом, мотивы и преимущества социальной ответственности бизнеса совпадают.

Таблица 1.1

Принципы социальной ответственности, сформулированные в ISO 26000

Принцип	Краткая характеристика
1	2
1. Принцип соблюдения правовых норм	Организация должна добровольно и полностью соблюдать все законы и регламенты, под которые подпадает организация и ее деятельность.
2. Принцип соблюдения актов, признанных на международном уровне	Организация должна твердо придерживаться тех международных договоров, директив, деклараций, конвенций, резолюций и руководств, которые были ратифицированы или одобрены национальным органом или органами, имеющими отношение к организации, и в пределах ее возможности их применять.
3. Принцип признания заинтересованных сторон и их интересов	Заинтересованная сторона – лицо или группа лиц, интересы которой могут влиять на организацию либо на которые может значительно влиять организация (например, работники, профсоюзы, потребители, заказчики и клиенты, инвесторы, поставщики, регулятивные органы, общественные ассоциации и общество в целом). Для заинтересованных сторон должно быть предусмотрено условие получать консультации и выражать свои мнения о делах организации и получать соответствующую информацию об обязательных процедурах, предложениях и решениях, которые на них влияют.
4. Принцип подотчетности	В толковом словаре русского языка С. И. Ожегова дается следующее определение: «Подотчетность – обязанность отчитываться перед кем-либо» [7, с. 540]. Подотчетность – обязательство или готовность организации принять на себя ответственность и объяснить основания, причины или мотивы своих действий. Таким образом, организация несет ответственность перед контролирующими органами в отношении соблюдения законов и нормативных актов, а также ответственность за ее общее воздействие на общество и окружающую среду перед теми, кого затрагивают решения и деятельность организации, а также перед обществом в целом. Организация должна уметь признавать критику, а также брать на себя обязательства отвечать на нее.
5. Принцип прозрачности	Прозрачность – открытость действий и воздействий, а также желание обмениваться информацией о них в ясной, честной и полной мере со всеми заинтересованными сторонами и обществом. Организация должна быть готова сделать открытой свою структуру, а также обязательные процедуры, правила, меры безопасности. Прозрачность должна включать быструю передачу информации.
6. Принцип этичного поведения	Этичное поведение – это поведение, которое рассматривается как правильное или приемлемое в определенном обществе. Организация должна управлять и вести свои дела в безупречно честной и надежной с моральной точки зрения манере. Правдивость, честность и добросовестность являются общепризнанными важными элементами этичного поведения. Примерами неэтичного поведения являются коррупция, растрата, вымогательство, дискриминация и семейственность.

Окончание табл. 1.1

1	2
7. Принцип устойчивого развития	<p>Устойчивое развитие – это развитие, которое удовлетворяет потребностям настоящего времени, не ставя под сомнение возможности будущих поколений удовлетворять свои потребности. Более широкое определение дано в книге «Наше общее будущее»: «Стратегия устойчивого развития направлена на достижение гармонии между людьми и между обществом и природой» [14]. Устойчивое развитие должно быть в одинаковой степени направлено как на выживание человечества, так и на сохранение природы. Первое означает возможность постоянно поддерживаемого сбалансированного развития, при котором наши потомки имели бы не меньше возможностей по сравнению с настоящим поколением по удовлетворению своих потребностей в природных ресурсах. Второе означает сохранение биосферы как естественной основы всей жизни на Земле, сохранение её устойчивости и естественной эволюции. Следовательно, понятие устойчивого развития должно быть применимо к социальной ответственности.</p> <p>Устойчивое развитие может быть оценено как имеющее социальные (в том числе культурные), экологические и экономические аспекты, каждый с несколькими гранями. Его следует представлять как продолжающийся и ступенчатый процесс, а не как цель, достижимую в какой-то точке во времени.</p>
8. Принцип уважения фундаментальных прав человека	Организация должна признать свои обязанности по реализации действий и обязательных процедур, которые отражают стремления, изложенные во Всеобщей декларации прав человека.
9. Принцип уважения индивидуальности	Организация должна быть готова нанимать на работу людей без дискриминации по расе, цвету кожи, вероисповеданию, возрасту, полу или политическим убеждениям и культивировать позитивный подход к непохожести как движущей силе изменения. Следует признать, что организации работают в различных социальных, экологических, правовых и экономических условиях и что организации различаются по характеристикам и культурам. Отсутствие лингвистических способностей, необходимого опыта, подготовки или академической квалификации, физические недостатки или иные характеристики, обоснованно относящиеся к параметрам рабочих требований, не являются несовместимыми с принципами уважения индивидуальности (непохожести). Уважение индивидуальности предполагает соблюдение законов о детском труде.
10. Принцип предусмотрительного подхода (подход, основанный на принципе «осторожности»)	Принцип осторожности применяется при составлении бухгалтерского баланса. На основе данного принципа в сомнительных случаях активы оценивают по низкой стоимости, а обязательства – по высокой. В результате занижается прибыль, а убытки завышаются. Это обеспечивает защиту интересов компаньонов и кредиторов, а также сохранение стоимости капитала предприятия. Организация должна применять благоразумную дальновидность, предпочитая при наличии риска предпринимать действия, чтобы избежать вреда или опасности и гарантировать прибыльные, пусть даже более скромные, результаты. Предусмотрительный подход имеет особое значение там, где существует значительный и доказуемый риск ощутимого или необратимого вреда для здоровья человека или собственности или для биосферы и ее обитателей.

Основными мотивами и преимуществами социальной ответственности бизнеса являются:

1. Снижение текучести кадров, повышение мотивации сотрудников;
2. Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;
3. Повышение продаж и лояльности потребителей;
4. Реклама товара или услуги;
5. Улучшение имиджа компании, репутации;
6. Рост производительности труда;
7. Сохранение социальной стабильности в обществе в целом;
8. Налоговые льготы;
9. Привлечение лучших специалистов на рынке;
10. Освещение деятельности компании в СМИ;
11. Улучшение финансовых показателей;
12. Возможность привлечения инвестиционного капитала для социально-ответственных компаний выше, чем для других компаний.

Выполнение социальных и экономических обязательств может иметь для организации результатом выгоды, связанные, в частности [18, с. 28]:

- с улучшением менеджмента рисков, интегрированного менеджмента и эффективности деятельности;
- с сокращением рисков коммерческих и других сбоев;
- с увеличением нематериальных активов, основанных на репутации организации;
- с повышением морального уровня сотрудников и увеличением способности привлекать и сохранять квалифицированный персонал;
- с сокращением социальных издержек;
- с пониманием новых коммерческих возможностей и рыночного признания для коммерческих организаций.

Рассмотрим некоторые мотивы социальной ответственности бизнеса [8].

1. Улучшение финансовых показателей. Многочисленные исследования, проведенные в различных странах, показывают прямую связь между качеством политики социальной ответственности компании и улучшением ее финансовых показателей.

Одно из наиболее свежих исследований по этому поводу проведено в 2002 году университетом DePaul в США. Результаты исследования показывают, что в 2001 году финансовые показатели компаний, включенных в рейтинг лучших компаний в отношении бизнес-этики «Business Ethics Best Citizen companies», оказались на 10% лучше, чем у других компаний, входящих в индекс 500 Standard and Poors. В рамках исследования оценивались восемь ключевых показателей, включая рост оборота, рост продаж, повышение валовой прибыли за периоды 1 год и 3 года. Оценивались также прирост чистой прибыли и рост стоимости акций.

2. Улучшение имиджа компании, репутации. Товарное изобилие, большие возможности выбора на рынке создают условия, при которых на выбор потребителей того или иного товара влияют не только цена товара, его качество, но и десятки других факторов. Одним из факторов влияния, как показывают многочисленные исследования, является и репутация компании как социально ответственной корпорации, известность и признание ее социальной деятельности.

Проведенное в 2001 г. исследование организации Environics International CSR Monitor показало, что факторы, наиболее влияющие на общественное мнение о компании, – социальная ответственность компании (49%), качество и репутация товара (40%), бизнес-показатели компании (32%). Как мы видим, социальная ответственность компании вышла на первое место как фактор, формирующий мнение потребителей.

3. Повышение продаж и лояльность потребителей. Успешная и продуктивная политика социальной ответственности может существенно влиять на уровень продаж компаний и лояльность потребителей.

Примером может служить ставшая уже классической акция социально ответственного маркетинга компании American Express, проведенная в 1980 году, когда при совершении расчета картой компании один цент направлялся на ремонт Статуи Свободы в Нью-Йорке. Эта акция в первый же месяц привела к увеличению количества расчетов посредством карт компании на 28% и увеличению количества новых пользователей на 45%.

4. Снижение текучести кадров, повышение мотивации сотрудников. Компании, имеющие продуманную политику социальной ответственности, легче привлекают профессионалов, снижают текучесть кадров, сокращают расходы на обучение работников в связи с низкой текучкой. Так, в 2007 году более половины выпускников MBA (Master of Business Administration) предпочитали выбирать компании, которые известны своим ответственным отношением к обществу, существенными социальными программами. Как мы видим, особую роль репутация компании играет именно при поиске и привлечении высокопрофессиональных кадров, работников высшего и среднего звена, которые оценивают не только уровень оплаты труда, карьерные перспективы, но и заботятся о собственной репутации и престиже.

В связи с тем, что развитие КСО в России находится на раннем этапе, существует недопонимание целостности концепции, а также абсолютное отсутствие юридически оправданных формулировок направлений КСО. В докладе «О социальных инвестициях в России в 2004 году. Роль бизнеса в общественном развитии», подготовленном Программой развития ООН (ПРООН) и Ассоциацией менеджеров России, дается расширенное толкование понятий корпоративной ответственности и корпоративной социальной ответственности применительно к России. Корпоративная ответственность перед обществом (КО) определяется как философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, отдельными корпорациями и предприятиями своей деятельности по следующим направлениям:

- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат, инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.;
- эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества [19, с. 9].

В этом расширенном списке обращает на себя внимание то обстоятельство, что большинство отмеченных направлений деятельности бизнеса содержит экономические принципы корпоративной деятельности, этические и юридические нормы ведения бизнеса. Социальная составляющая представлена в этом определении через инвестиции в развитие человеческого потенциала и вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества.

Корпоративная социальная ответственность бизнеса определяется в рассматриваемом докладе далее через инвестиции: «КСО – это добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций» [19, с. 9]. «Социальные инвестиции бизнеса – это материальные, технологические, управленческие и иные ресурсы, а также финансовые средства компаний, направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон, в предположении, что в стратегическом отношении компанией будет получен (хотя и не всегда и не просто измеряемый) социальный и экономический эффект» [19, с. 9].

Ю.Г. Одегов в своей работе «Актуальные вопросы корпоративной социальной ответственности бизнеса», отмечает, что социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер [6, с. 18]:

1. *Базовый уровень социальной ответственности бизнеса.* Традиционно его требования заключаются в добросовестном выполнении бизнесом своих прямых обязательств: выплата соразмерной заработной платы; своевременная и в полном объеме уплата налогов, страховых сборов; выпуск продукции и оказание услуг надлежащего качества, соблюдение технологических регламентов и стандартов; исполнение трудового законодательства, обеспечение безопасности труда; соблюдение экологического законодательства; по возможности – предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

2. *Уровень развития личности человека, трудового коллектива и человеческого капитала.* Второй уровень социальной ответственности бизнеса связан с развитием партнерских внутрифирменных отношений и предполагает непосредственный учет интересов работников на основе переговорного процесса. В дополнение к соблюдению базовых обязательств этот уровень гарантирует предоставление работникам некоторого набора льгот и социальных услуг, то есть реализацию целевых социальных инвестиций: социализацию капитала посредством вовлечения работников в число собственников предприятия; инвестиции в человеческий капитал, в том числе в профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала, в совершенствование организации и обогащение содержания труда, а также в охрану труда и здоровья работников; социальные инвестиции на улучшение пенсионного и жилищного обеспечения, программы, направленные и на самого работника, и на членов его семьи.

3. *Высший уровень социальной ответственности бизнеса* предполагает благотворительность, спонсорство.

Как мы видим, КСО включает комплексную ответственность компании как делового партнера, работодателя, производителя това-

ров и услуг, налогоплательщика, заемщика капитала, корпоративного гражданина, члена общественных организаций и участника социальных отношений.

С точки зрения КСО, бизнес – это:

- ответственный работодатель, соблюдающий нормы трудового права, заботящийся об условиях труда, социальном благополучии своих работников;
- ответственный деловой партнер, работающий в соответствии с правовыми и этическими нормами ведения бизнеса, строящий свои отношения с партнерами на соблюдении профессиональных принципов и стандартов, финансовой ответственности и т.д.;
- ответственный гражданин (в масштабах страны, региона, местности), который платит налоги и соблюдает законодательство на местном и международном уровнях, заботится об охране окружающей среды, участвует в благоустройстве и социальном развитии «своей» территории;
- ответственная личность, которой не чужды нравственный долг, поддержка социально слабых и незащищенных, милосердие, развитие здорового образа жизни и нравственной культуры.

КСО – это ответственность перед:

- инвесторами, акционерами и кредиторами – за их собственность;
- потребителями и клиентами – за качество товаров и услуг;
- работниками – за рабочие места, занятость, охрану труда;
- населением – за охрану и восстановление окружающей среды;
- государством – за соблюдение законов и уплату налогов.

Проанализировав мнения разных экономистов по вопросу направлений и составляющих социальной ответственности бизнеса, нами были выделены следующие элементы КСО (рис. 1.3).

Как было отмечено ранее, социальная ответственность бизнеса является необходимым элементом социальной политики, способствующим снижению социальной напряженности в обществе, более

эффективному использованию ресурсов, более быстрому достижению социальных результатов [74, с. 38].

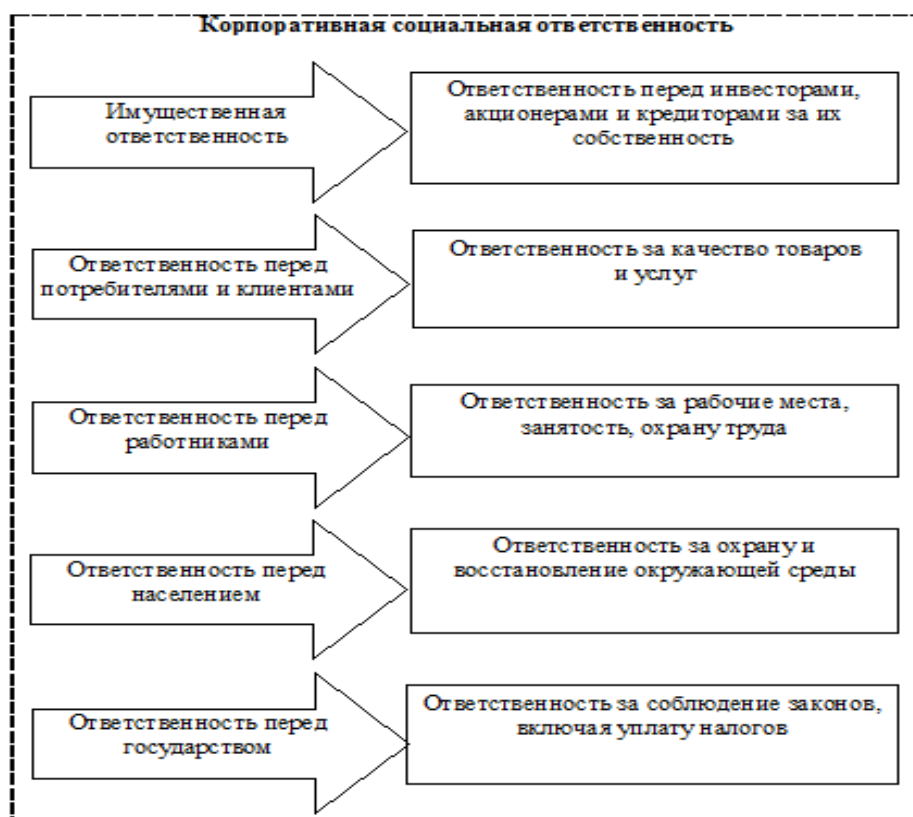


Рис. 1.3. Элементы корпоративной социальной ответственности

Предполагается, что социально ответственное поведение корпорации должно проявляться в выборе приоритетов и механизмов развития производства товаров и услуг, обеспечения занятости, поддержания социальных стандартов и охраны окружающей среды. Основное внимание при реализации социально ответственного поведения уделяется трем направлениям деятельности (так называемая тройная линия ответственности) [201, с. 63], а именно:

- экономическая деятельность (устойчивый рост и производство качественной продукции);
- экологическая деятельность (защита и возобновление ресурсов природной среды);
- социальная деятельность (активная социальная политика).

К *экологической* ответственности в России компании и организации стимулирует ряд факторов:

- природоохранное законодательство;
- наличие добровольных международных стандартов экологического менеджмента, с помощью которых деятельность по охране окружающей среды можно поставить на системную основу (стандарты ИСО 14000, Система экологического аудита);
- наличие на рынке современных экологичных и одновременно экономически выгодных технологий. Они позволяют модернизировать производство, сократить издержки и/(или) даже увеличить прибыльность деятельности предприятия.

Экологическая ответственность компаний является необходимым условием выживания людей. Именно поэтому она является важным аспектом корпоративной социальной ответственности.

Предприятия осуществляют свою деятельность в социуме. Поэтому говорить о том, что они полностью свободны в своих действиях для целей получения доходов/прибылей было бы неправомерно, ведь в своей деятельности они пользуются услугами сторонних организаций, учреждений, работников собственных предприятий, опосредованно относящихся к ним субъектов и пр.

Для обозначения всех, на кого распространяется социальная ответственность, Р.Е. Фриманом (R.E. Freeman) в 1984 году было дано определение понятия «заинтересованная группа» (стейкхолдер). Согласно этому определению, стейкхолдер – это «лицо или группа лиц, имеющих определенный интерес в любых действиях организации» [15].

В Международном стандарте ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» дается следующее определение заинтересованной стороны: stakeholder (стейкхолдер) – это лицо или группа лиц, интересы которой могут влиять на организацию либо на которые может значительно влиять организация [1, с. 10]. Следует заметить, что организация не всегда может быть осведомлена обо всех

своих заинтересованных сторонах, хотя ей следует прилагать усилия для их выявления.

Российская Ассоциация менеджеров дает следующее определение заинтересованной стороны (стейкхолдера): это организации, сообщества и индивидуумы, формирующие систему ожиданий и, соответственно, влияющие на принятие управленческих решений в компании, будучи, в свою очередь, подвержены воздействию этих решений. Заинтересованные стороны подразделяются на «внутренние» (собственники, сотрудники) и «внешние» (потребители, поставщики и другие деловые партнеры, конкуренты, местные сообщества, включая население территории присутствия и органы местной власти, органы государственной власти и управления, некоммерческие и общественные организации, активисты и СМИ) [48, с. 64].

По мнению Е.В. Шиманской, среди заинтересованных лиц должны быть:

- собственники (акционеры), которых интересует, прежде всего, сумма дивидендов, увеличение имущества предприятия, его социальный престиж и доверие к нему со стороны общества;
- менеджеры (управленцы), в сферу интересов которых входит оплата труда, гарантия рабочего места, свобода принятия решений, расширения деятельности и ответственности, социальный престиж предприятия;
- сотрудники, которых интересует уровень заработной платы, а также то, что их рабочие места будут сохранены за ними в будущем, обеспечены нормальные условия труда, возможность получать дополнительные социальные гарантии;
- государство, интересы которого являются разноплановыми, в частности, к ним относится забота об уровне социального обеспечения, о пополнении государственного бюджета с помощью надежного механизма взыскания налогов как с субъектов предпринимательской деятельности, так и с наемных работников [4].

Как следует из вышесказанного, каждая из компаний взаимодействует с широким кругом заинтересованных сторон, тем не менее, весь потенциал этого взаимодействия остается пока невоспользованным. На выбор тех или иных заинтересованных сторон для конкретной компании влияют такие факторы, как отраслевая принадлежность, характер собственности и особенности территории присутствия. Для сырьевых компаний, по мнению Ю. Е. Благова и др. авторов, особое значение имеют отношения с местной властью и с экологическими организациями (хотя отношения с последними зачастую носят конфликтный характер) [48, с. 3–34].

В числе механизмов коммуникаций с «внешними» заинтересованными сторонами можно выделить: участие в конференциях, «круглых столах», семинарах; выступления и публикации в СМИ; корпоративный сайт; совместная экспертная работа; участие в гражданских экспертизах и общественных слушаниях; участие в работе общественных палат; организация ярмарок социальных проектов [48, с. 34].

В целом же можно утверждать, что социальную деятельность организации необходимо анализировать по следующим основным направлениям взаимодействия с заинтересованными сторонами:

1. Взаимодействие с государством;
2. Взаимодействие с персоналом;
3. Взаимодействие с акционерами и инвесторами;
4. Взаимодействие с партнерами;
5. Взаимодействие с потребителями;
6. Взаимодействие с обществом.

На рис. 1.4 представлен состав стейкхолдеров. Основная идея приведенной структуры взаимоотношений – существование важных и динамичных двусторонних отношений между предприятием и каждым участником системы социальной ответственности [5].

Как отмечает В.И. Скоробогатова, на самом простейшем уровне каждый участник системы вносит свой вклад в виде ресурсов, таких как капитал, труд, доходы от продаж, сырье, лицензирование

или местная инфраструктура. Взамен предприятие вознаграждает одних дивидендами, других зарплатой и льготами, налогами и т.д. Все эти отношения являются взаимовыгодными. Они могут быть гибкими при возникновении напряжения, создаваемого партнерами, которые требуют свою «справедливую долю». Это напряжение может быть весьма продуктивным, вдохновляя каждого из партнеров на еще больший вклад во взаимовыгодные отношения, но оно может стать разрушительным, если один партнер стремится эксплуатировать других [5].



Рис. 1.4. Состав стейкхолдеров

Влияние акционеров, инвесторов на формирование стратегии КСО определяется их ведущей ролью в системе корпоративного управления. *Корпоративное управление* – это система и процесс взаимоотношений, а также совокупность принципов, правил и процедур взаимодействия между собственниками (акционерами) компании, ее советом директоров, менеджментом и другими заинтересованными сторонами [48, с. 64]. Нельзя не согласиться с Ю.Е. Благовым, что именно «ответственное лидерство» крупных акционеров, инвесторов превращается в важнейший фактор развития взаимовыгодного взаимодействия с заинтересованными сторонами, которое, в конечном счете, обеспечивает компании устойчивое развитие. Позиция акционеров, инвесторов является определяющей при выборе

и утверждении направлений и масштабов корпоративных социальных инвестиций [48, с. 36–37].

В ряду заинтересованных сторон государству принадлежит особая роль. От того, как и по каким правилам выстраиваются отношения компании с государством, во многом, а иногда и в решающей степени зависят не только количественные параметры корпоративных социальных инвестиций, но и выбор их приоритетных направлений. В конечном счете именно от эффективности этих отношений зависит степень соответствия корпоративных социальных инвестиций как запросам самого бизнеса, так и интересам развития региона, страны [48, с. 37].

Государство может поощрять активность и диалог между заинтересованными сторонами, но самое главное – оно может на законодательном уровне требовать соблюдения принципов КСО. Так, правительство может использовать систему налогообложения для поощрения «экологически чистых» методов ведения бизнеса, устанавливать минимальный размер оплаты труда или максимальную продолжительность рабочего дня [48, с. 38].

Значимой формой взаимодействия, по мнению Ю.Е. Благова, стали практикуемые рядом компаний многосторонние диалоги и публичные слушания, в ходе которых обсуждаются и решаются многие вопросы практической деятельности компаний, так или иначе затрагивающие интересы граждан и власти. Широко практикуется система договорных отношений с администрациями регионов и городов, в которой участвуют практически все крупные корпорации. Фактически это и есть одна из главных форм партнерских отношений между бизнесом и властью [48, с. 39].

Персонал компаний является ключевой заинтересованной стороной. Существует целый ряд факторов, обуславливающих то особое значение, которое придают компании отношениям с персоналом, в том числе как приоритетному адресату социальных инвестиций.

Если рассмотреть эти факторы по степени важности, то они ранжируются в следующем порядке:

- повышение роли человеческого капитала и его качества для успешной экономической деятельности компании и повышения ее конкурентоспособности;
- стремление руководства и собственников компаний не допустить роста социальной напряженности и возникновения конфликтных ситуаций;
- рост конкуренции за человеческие ресурсы, обусловленной обострением демографической ситуации, возрастающим дефицитом квалифицированных кадров, недостатками профессионально-технического образования молодежи [48, с. 39].

Растущее осознание руководством компании роли и значения инвестиций в персонал побуждает его переходить от разовых мероприятий к долгосрочному взаимодействию. Важнейшим документом, закрепляющим стратегию компаний в области КСО, является коллективный договор. Являясь предметом двусторонних отношений, коллективные договоры разрабатываются при активном участии профсоюзов, которые становятся участниками разработки и согласования стратегии КСО и приоритетов социальных инвестиций, по крайней мере, в той части, которая касается персонала. Персонал, в свою очередь, нередко становится и основным целевым адресатом социального отчета [48, с. 40].

Практически все компании предлагают своим работникам сходный перечень льгот и услуг. При разработке программы льгот компании ориентированы на пожелания работников. Для этой цели проводится соответствующий мониторинг, и на основании его результатов формируется перечень объемов расходов. Помимо внимания, уделяемого проблемам здоровья, отдыха и спорта, особый интерес проявляется к «волонтерской» благотворительной деятельности и поощрению индивидуальной благотворительности [48, с. 40–41].

Практически все компании отмечают важность взаимодействия с *местным сообществом*. Местные сообщества отождествляются с региональной и местной властью: представители администрации являются ключевыми участниками взаимодействия, а ежегодные соглашения на уровне регионов (городов, районов), совместная деятельность в рабочих группах и реализация совместных с администрацией программ развития территории становятся привычной практикой для многих крупных компаний. В соглашениях и программах прописываются основные направления и объемы финансирования социальных объектов, механизмы мониторинга и контроля. Приоритетные объекты выбираются как в ходе публичных слушаний и дискуссий, так и путем неформальных договоренностей [48, с. 42–43].

Бизнес использует разнообразные инструменты коммуникаций с заинтересованными сторонами на территории присутствия – от реализации целевых программ и проведения ярмарок социальных проектов до фондов развития местных сообществ. Стимулирование проектного мышления как необходимого элемента продвижения таких инициатив можно рассматривать, как считают представители компаний, в качестве инструмента развития гражданского общества [48, с. 43].

В целом для компаний взаимодействие с *потребителями* не рассматривается в качестве приоритетного направления корпоративной социальной деятельности. О значимости целенаправленного взаимодействия с потребителями задумываются в первую очередь те компании, которые связаны с загрязнением окружающей среды [48, с. 44].

Опрос, проведенный Ю. Трещановским и Л. Никитиной среди менеджеров воронежских предприятий, выявил высокую значимость персонала (сотрудников) в делении состава стейкхолдеров по определенным категориям [9].

Как мы видим из данных табл. 1.2, в благоприятный 2007 год каждый опрошенный в среднем назвал 3,1 стейкхолдеров, которых он считает важными. В числе наиболее значимых часто были указаны акционеры (83%), сотрудники (70%), потребители (67%).

Таблица 1.2

Состав стейкхолдеров, которых менеджмент компаний считает наиболее значимыми (% от числа опрошенных)

Стейкхолдеры	Годы	
	2007	2009
Акционеры (участники)	83	52
Сотрудники	70	54
Менеджмент	43	22
Кредиторы	10	6
Потребители	67	72
Местное сообщество	20	22
Органы государственной власти и управления	17	18
Не возникает необходимости учитывать интересы каких-либо групп	–	–
Итого указанных позиций	310	246

В период неблагоприятной экономической конъюнктуры каждый опрошенный назвал меньше значимых стейкхолдеров – в среднем 2,46. Изменились и представления о значимости различных групп стейкхолдеров: на 1-е место вышли потребители (их указали 72% опрошенных), на 2-м месте оказались сотрудники (54%) и только на 3-м – акционеры (52%). Характерно, что все стейкхолдеры ухудшили свои позиции во мнении менеджмента, кроме потребителей, значимость которых повысилась в глазах 5% опрошенных (соответствующие значения по годам – 67% и 72%) [9].

Как отмечает С.Е. Литовченко, в силу своей начальной стадии развития КСО в России по-прежнему продолжает быть ориентированной на ближний круг стейкхолдеров – государство, собственников и персонал. Более широкий круг заинтересованных сторон – местные сообщества, поставщики и пр. – пока не являются системным признаком [19, с. 8].

Таким образом, социальная ответственность бизнеса связана с концепцией «стейкхолдерства», которая предполагает взаимоотношения и учет интересов групп и отдельных личностей, в значительной степени влияющих на функционирование предприятия или оказывающихся в зоне его непосредственного влияния. Из этого следует, что социально ответственный бизнес участвует в социальном диалоге с обществом, основанном на добровольных, равноправных и взаимовыгодных отношениях.

Как бы критично ни оценивалась экспертным сообществом мотивация корпоративных бизнес-структур к осуществлению тех или иных социальных проектов, конечный результат проведения корпоративной социальной политики оказывает существенное влияние на уровень и качество жизни населения. На рис. 1.5 представлена тесная взаимосвязь механизмов реализации корпоративной социальной политики с показателями уровня и качества жизни населения региона, страны.



Рис. 1.5. Взаимосвязь корпоративной социальной политики и развития бизнеса

Основными направлениями корпоративной социальной политики являются:

- воспроизводство кадрового потенциала (подбор, мотивация, оценка и продвижение, высвобождение персонала);
- труд и заработная плата (нормирование, организация, охрана и оплата труда);

- обучение и развитие персонала (содействие реализации программ начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования);
- защита от социальных рисков (охрана здоровья, жилищные программы, негосударственное пенсионное обеспечение, социально-бытовые вопросы);
- поддержка конкретных социальных групп (дети, молодежь, женщины, ветераны);
- налаживание социального партнерства;
- обеспечение социально-личностного развития сотрудников.

По результатам проведенного исследования можно описать направления социальной ответственности бизнеса и формы их реализации в соответствии с внешними и внутренними составляющими (рис. 1.6).

Таким образом, мы видим, что продуманная политика социальной ответственности влияет практически на все ключевые показатели успешности деятельности компаний.

Проанализируем аргументы «за» и «против» социальной ответственности бизнеса в России в табл. 1.3.

Существует две основные противоположные точки зрения на соотношение общечеловеческих этических принципов и этики бизнеса. Сторонники этих подходов (за и против) выдвигают значительную долю аргументов в пользу своей позиции.

На наш взгляд, весь бизнес должен создаваться с чувством ответственности перед обществом, иметь для него полезность, выполнять определенные социальные функции, обеспечивать устойчивое развитие национальной и региональной экономики. В другом случае он не имеет право на существование.

К тому же миссия компании отражает не только цель извлечения прибыли, но и подчеркивает общественную роль и значимость бизнеса. Известную фразу В.И. Ленина: «Жить в обществе и быть свободным от общества нельзя» можно применить и к бизнесу – он напрямую связан с современным состоянием общества.

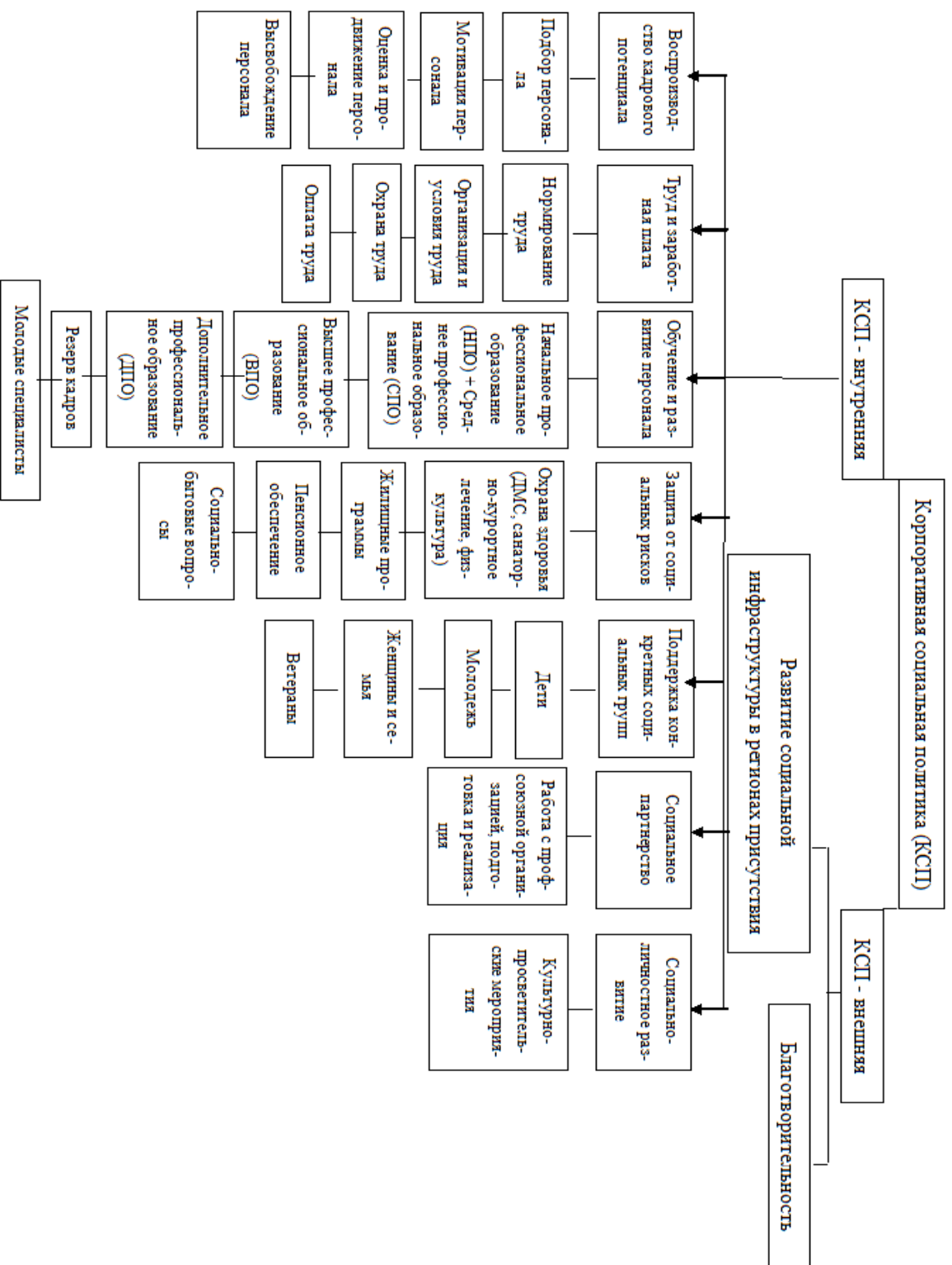


Рис. 1.6. Основные направления корпоративной социальной политики

Таблица 1.3

Аргументы «за» и «против» социальной ответственности бизнеса в России

Аргументы «ЗА»	Аргументы «ПРОТИВ»
<p>Благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы (в обществе благополучном с социальной точки зрения лучше условия для деятельности бизнеса. Даже если краткосрочные издержки в связи с социальными действиями высоки, в долгосрочной перспективе они способны стимулировать рост прибыли, так как у потребителей, поставщиков и местного населения формируется более привлекательный образ предприятия)</p>	<p>Нарушение правила максимизации прибыли (направление части ресурсов на социальные нужды уменьшает прибыль).</p>
<p>Моральное обязательство социально ответственного поведения (предприятие является членом общества, поэтому нормы морали должны управлять его поведением. Компания призвана способствовать укреплению моральных основ общества, осуществляя свои социальные проекты):</p> <ul style="list-style-type: none"> – глобализация, заставляющая предприятия соблюдать международные нормы и стандарты; – рост общественного движения и мероприятий правительства по защите окружающей среды [11, с. 99]. 	<p>Расходы на социальную ответственность (средства, направленные на социальные нужды, являются для предприятия дополнительными издержками. В конечном счете эти издержки переносятся на потребителей в виде повышения цен):</p> <ul style="list-style-type: none"> – уменьшение размеров дивидендов; – отвлечение ресурсов от основного бизнеса; – увеличение затрат на производство; – возможное снижение уровня заработной платы для компенсации затрат на социальные проекты [11, с. 99].
<p>Изменения потребностей и ожиданий широкой общественности – вовлеченность компании в решение социальных проблем становится и ожидаемой, и необходимой:</p> <ul style="list-style-type: none"> – высокая роль корпораций в развитии регионов; – недостаток собственных ресурсов государства для проведения полноценной социальной политики; – развитие партнерства и сотрудничества государства и бизнеса; – усиление интереса потребителей к поведению компаний в обществе; – фактическое вмешательство корпораций в социально-политическую жизнь общества [11, с. 99]. 	<p>Недостаточный уровень качества отчетности для широкой общественности, неумение разрешить социальные проблемы (рыночная система хорошо контролирует экономические показатели деятельности предприятий и плохо – их социальную вовлеченность. Пока общество не разработает порядок прямой отчетности перед ним предприятий, последние не будут участвовать в социальных действиях, за которые они на считают себя ответственными).</p>
<p>Усиление роли гражданского общества в государственном масштабе.</p>	<p>Низкая активность населения страны в решении социальных проблем.</p>

В своей работе российские экономисты М.Д. Губаева и Е.И. Маева отмечают, однако, что можно выделить ряд факторов, препятствующих развитию корпоративной социальной ответственности в России [196]:

- переход к рыночной экономике обусловил желание предприятий сконцентрироваться только на получении прибыли;
- непонимание высшим руководством компаний связи корпоративной социальной ответственности и улучшения имиджа организации, повышающего возможности позиционирования на рынке;
- недостаточно высокий уровень деловой культуры бизнес-сообщества и российской общественности, что не позволяет адекватно оценивать действия компании с точки зрения этических норм;
- отсутствие целенаправленной государственной политики в сфере корпоративной социальной ответственности.

В подтверждение этого Д.Н. Девятловский, Е.Н. Мазурова утверждают, что развитие института КСО в России сталкивается с рядом проблем, тормозящих этот процесс и влияющих на его характер и структуру. Условно их можно разделить на три блока [197]:

- проблемы, вызванные социальной нестабильностью в стране. Этот блок включает в себя факторы, формирующие высокий уровень недоверия населения к бизнесу. Таковыми являются: низкий уровень жизни населения, высокий уровень безработицы, негативный имидж «бизнесмена», сформировавшийся в России в 90-е гг.;
- проблемы гражданской пассивности. Гражданское общество как движущая сила КСО в России развито слабо, действие некоммерческих организаций незначительно;
- проблемы, связанные с несовершенством законодательной базы. В РФ нет законодательных актов, касающихся этой области. Кроме того, присутствует конфликт бизнеса и власти: государство традиционно стремится контролировать и ограничивать деятельность корпораций, не имея при этом систематизированного набора мер по стимулированию и поддержке бизнеса.

На наш взгляд, одной из проблем является также принудительное навязывание КСО предприятиям со стороны государства и местных властей. Ведь, как отмечалось ранее, основной характерной чертой социальной ответственности бизнеса является добровольное начало.

Высокий уровень бедности в регионах, отсутствие опыта и государственной инфраструктуры для решения проблем здравоохра-

нения, трудовых конфликтов вынуждает руководителей компаний акцентировать свое внимание на социальных проблемах общества.

Таким образом, российский бизнес, с одной стороны, стремится к выработке индивидуальных и общих подходов к социальной ответственности, стремится внедрить в практику международные принципы прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений, поддержки общества. С другой стороны, он вынужден содержать и сохранять достойный уровень оплаты труда персонала и предоставлять многочисленным льготам персоналу, вкладывать материальные средства в развитие своего предприятия.

По мнению специалистов в области экономики и управления, в России необходимо разработать такие подходы к социальной ответственности компаний, которые были бы основаны на общепринятых международных принципах социальной ответственности, но, с другой стороны, формы осуществления политики социальной ответственности были бы ориентированы на российский менталитет.

Как было отмечено выше, многие проблемы КСО возможно решить посредством осуществления социальных инвестиций.

В настоящее время широкое распространение получили такие практические проявления ответственного ведения бизнеса, как корпоративные социальные программы, диалоги с заинтересованными сторонами и корпоративные социальные отчеты.

Корпоративные социальные программы, как отмечают Ю.Е. Благоев, С.Е. Литовченко и Е.А. Иванова в своей работе, – это добровольно осуществляемая компанией деятельность в экономической, социальной и экологических сферах, направленная на удовлетворение соответствующих ожиданий «внутренних» и «внешних» заинтересованных сторон [48, с. 64]. Данные авторы выделили следующие типы социальных программ:

- корпоративные программы компаний;
- программы партнерства с местными, региональными и федеральными органами государственного управления;
- программы партнерства с некоммерческими организациями;

- программы сотрудничества с общественными организациями и профессиональными объединениями;
- программы информационного сотрудничества со СМИ.

В качестве инструментов реализации социальных программ выступают [48, с. 64]:

1. Благотворительные пожертвования и спонсорская помощь;
2. Добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы;
3. Корпоративное спонсорство;
4. Корпоративный фонд;
5. Денежные гранты;
6. Социальные инвестиции;
7. Социальный маркетинг.

По нашему мнению, виды представленного инструментария достаточно широки и применимы в настоящее время к сегодняшнему уровню развития экономики и предприятий.

Таблица 1.4

Основные различия между благотворительностью и социальными инвестициями [58, с. 51]

Благотворительность	Социальные инвестиции
Эмоциональная	Рациональны
Не связаны с интересами бизнеса	Работают на бизнес-цели
Может быть «скрытой»	Прозрачны для общества
Необязательна	Часть бизнеса
Решения принимаются на основе личных симпатий	Выбор определяется бизнес-интересами
Интересы сотрудников, клиентов, акционеров, потребителей и местных сообществ учитываются мало	Учтены интересы всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров)
Направлена на видимый эффект, а не на долгосрочные цели	Нацелены на долгосрочный эффект, на решение проблемы
Ограничена сферой благотворительности	Рассматривают все социальные вопросы в комплексе
Ограничивается денежными или материальными пожертвованиями	Используют весь набор форм социально-связанной деятельности, ресурсы всех служб

Проведенный анализ последних тенденций участия российского бизнеса в жизни общества демонстрирует происходящий переход от традиционной «хаотичной» благотворительности к социальному

инвестированию [19, с. 9]. В табл. 1.4 проиллюстрированы основные различия между благотворительностью и социальными инвестициями, выделенные Г.Л. Тульчинским [58, с. 51].

Следует обратить внимание на тот факт, отмечает С.Е. Литовченко в своем докладе о социальных инвестициях в России, что измерение социальных инвестиций в России серьезно осложняется системной и институциональной несформированностью этого вида деятельности, т.е.:

- отсутствием единого представления о социальных инвестициях;
- преимущественно бессистемным подходом к социальному инвестированию;
- наличием различных, зачастую конфликтующих, правил бухгалтерского и управленческого учета;
- отсутствием общепринятых стандартов публичной социальной отчетности компаний [19, с. 9].

Рассмотрим, какие можно выделить подвиды инвестиций по конечному ожидаемому эффекту (результату) от реализации социальных инвестиций [57]:

- инвестиции с непосредственным (прямым) социальным эффектом – это инвестиции с эффектами, проявляющимися через определенный промежуток времени;
- инвестиции с рассеянным социальным эффектом – это инвестиции, эффект от реализации которых не может быть определен непосредственно по истечении проектного времени, но способен оказать долговременные внешние эффекты в будущем;
- инвестиции с косвенным социальным эффектом – это инвестиции, вызывающие мультипликативные изменения в социальной среде;
- инвестиции с опосредованным социальным эффектом – инвестиции в одну из сфер социальной среды, которые сначала вызывают изменения в другой сфере и только потом возвращаются в инвестируемую сферу в виде положительных эффектов. Эффективность социальных инвестиций заключается в их способности провоцировать «возвратные» положительные эффекты, ценность которых превышает первоначальные затраты.

В настоящее время, как было отмечено ранее в работе, выделяют три основных направления социально ответственного инвестирования – социальное (соблюдение прав человека, запрет эксплуатации детского труда, корпоративное управление, безопасность населения и др.); этическое (отказ от работы с компаниями по производству, продаже и распространению табака, алкоголя, оружия, азартных игр и др.) и экологическое (сохранение возобновляемых источников энергии, охрана и сохранение природных ресурсов, безопасность окружающей среды, изменение климата и др.). В них учтены и внутренние, и внешняя по отношению к компании направленность.

В табл. 1.5 представлена сравнительная характеристика различных направлений участия бизнеса в общественном развитии [19, с. 17].

Таблица 1.5

Уровни участия бизнеса в общественном развитии

Характеристика	Традиционная благотворительность	Стратегическая благотворительность	Социальное инвестирование
Мотивация	Бескорыстие и желание помочь	Стратегический интерес компании, несильно связанный с целями ее развития	Долгосрочный интерес компании, интегрирующий интересы компании и потребности местных сообществ
Критерии отбора получателей средств	Пожелания руководства	Учет интересов благополучателей, социальная эффективность	Социальная эффективность, потребность местного сообщества и бизнес-выгода (часто в перспективе)
Связь с основной деятельностью	Не связана	Связана опосредованно	Внутрикорпоративные программы – напрямую, а внешние социальные программы – косвенно или в надежде на отложенный эффект
Механизм финансирования	Благотворительные пожертвования, спонсорство	Благотворительные пожертвования, спонсорство, грантовые программы, не связанные с бизнес-интересами компании	Межсекторное социальное партнерство
Социальный эффект	Низкий и часто неизмеримый	Частично измеримый	Отложенный во времени, измеримый

С точки зрения информационной открытости социальных программ компаний, Россия в настоящее время находится в состоянии переходного периода. С одной стороны, многие крупные компании России уже реально раскрыли полную информацию, касающуюся их социальных программ, с другой – подавляющее большинство предприятий пока готовы в лучшем случае на частичное раскрытие соответствующей информации [19, с. 10].

Подобное положение вещей имеет глубокие социально-экономические корни. Решения компаний о раскрытии информации, касающейся их социальных программ, формируются под воздействием двух групп факторов.

Рассмотрим эти группы. *Первая* группа объединяет потенциальные угрозы и конфликты, которые возникают для компании в результате раскрытия информации об истинном масштабе ее социальной деятельности [19, с. 30–31]:

1. Конфликт между менеджерами и инвесторами (собственниками) компании. Политика расширения социальных программ, проводимая менеджерами, способствует росту стратегической эффективности компании, но урезает текущие доходы (дивиденды) акционеров (собственников) компании. Соответственно, раскрытие информации о социальных инвестициях инициирует во многих случаях требование акционеров об их сокращении.

2. Конфликт между производителем и потребителем. Все социальные инвестиции, идущие преимущественно на поддержку работников компании, включаются в цену продукции и, в конечном счете, оплачиваются потребителями.

3. Конфликт между компанией и фискальными органами государства. Обнародование значительных объемов социальных инвестиций стимулирует повышенный интерес налоговых органов, выступающих с требованием более тщательной проверки деятельности компании.

4. Конфликт между работниками компании и слоями населения с низкими доходами. Заработная плата и социальный пакет работни-

ков успешно работающей компании резко контрастирует с более низкими доходами работников других предприятий и бюджетной сферы. Обнародование широких социальных программ усиливает социальное напряжение, а иногда вызывает социальные конфликты в самых разнообразных формах.

5. Конфликт между группами получателей и распределителей социальных инвестиций. Данный конфликт имеет несколько разновидностей:

- конфликт между топ-менеджерами и рядовыми работниками компании, когда высший управленческий состав компаний получает всевозможные коммерческие бонусы по каналу социальных программ, доступ к которым для рядовых работников почти полностью закрыт. Соответственно, раскрытие подобной информации ведет к нарастанию недовольства среди персонала компании и стимулирует внутрифирменные конфликты;

- конфликт между распределителями и получателями социальных инвестиций преимущественно из-за их нецелевого расходования. Раскрытие всей информации о социальных инвестициях может привести к обнаружению несоответствия между реально полученными и декларированными компанией социальными пакетами;

- конфликт между группами получателей социальных инвестиций, когда социальные программы компаний сильно дифференцированы по группам получателей, в том числе по социальным группам и регионам страны.

Вторая группа, по мнению С.Е. Литовченко, объединяет те внешние мотивирующие факторы, которые способствуют раскрытию информации о социальных программах компаний [19, с. 31–32]:

1. Желание компаний обнародовать реальные проблемы ведения бизнеса. Практически во всех случаях масштабные социальные инвестиции компаний являются вынужденными в том смысле, что при их отсутствии ставится под удар основная деятельность компании. Соккрытие информации о проводимых компанией социальных программах ведет к формированию в обществе представлений о простоте и легкости ведения данного вида бизнеса.

2. Желание компаний сформировать позитивный корпоративный имидж и создать благоприятное общественное мнение о компании. Во многих случаях обнародование масштабных социальных программ компаний используется в качестве саморекламы и способствует формированию положительного бизнес-имиджа.

3. Необходимость достижения высокой степени «прозрачности» компании с последующим выходом на международный фондовый рынок. Для выхода на российский и международный фондовые рынки компания должна удовлетворять строгим критериям информационной открытости и прозрачности. Такие требования фондового рынка стимулируют максимальное раскрытие компанией информации о своей деятельности, в том числе об осуществляемых ею социальных программах.

4. Необходимость сотрудничества с зарубежными партнерами, инвесторами и экспертами, которые учитывают социальные программы российских компаний. Большинство коммерческих фирм развитых стран мира придерживается жестких стандартов корпоративной социальной ответственности в сфере экологии, заработной платы и охраны труда.

5. Расширение сфер деятельности крупных российских фирм за пределы России. Этот процесс сопряжен с необходимостью выполнения имеющихся международных инициатив и стандартов в области корпоративной социальной ответственности с последующим раскрытием информации об этой стороне деятельности компании.

Перечисленные положительные и отрицательные моменты свидетельствуют о нерешенности ряда проблем, в том числе в законодательной области, связанных с социальными инвестициями. Однако большинство российских компаний, как показали опросы Ассоциации Менеджеров, четко представляет преимущества и необходимость социальной политики и регулярно осуществляет социальные программы. В то же время информационная открытость сопровождается рядом рисков и угроз, требующих дифференцированного подхода при раскрытии и подаче информации [19, с. 32].

Практика взаимодействия Ассоциации Менеджеров с отечественными компаниями по вопросам социальных инвестиций показывает, что в большинстве из них уже имеются механизмы и организационные структуры, позволяющие переходить к раскрытию социальной информации. Во многих компаниях социальная политика реализуется исходя из принципов, утвержденных высшим исполнительным органом, социальные программы осуществляются регулярно, а средства на их реализацию выделяются в рамках общего бюджетного планирования [19, с. 33]. Публичным инструментом информирования акционеров, сотрудников, партнеров и других заинтересованных сторон о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии или стратегических планах развития цели в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности, является корпоративный социальный отчет [48, с. 64].

Итак, как показали исследования, в настоящее время утверждения о нецелесообразности осуществления социальных мероприятий встречаются все реже – начало глобальных экономических изменений способствовало процессу передачи власти от производителей, которые изготавливают товар, к клиентам, которые покупают эти товары и пользуются ими. Стало тенденцией, что этическое поведение и учет в работе компаний экономических и социальных факторов положительно воздействует на решение клиентов о совершении покупки. Репутация компании оказывает большое влияние на выбор потребителем торговой марки или производителя, нередко ведет к переключению на приобретение товаров других компаний.

Таким образом, в современных условиях можно говорить о том, что все более значимым явлением общественной жизни становится корпоративная социальная политика, формирующаяся как внутри корпораций, так и во внешней среде – главным образом на территории деятельности предприятий.

Разработка и внедрение разумной и эффективной политики корпоративной социальной ответственности – это шаг к изменению стереотипов, социального имиджа предприятий РФ.

1.3. Формы и механизмы взаимодействия региональной власти и бизнес-структур при реализации социальной политики

В настоящее время обеспечение социально-экономического развития страны диктует повышенные требования к системе ее базовых институтов. К числу институтов, которые должны выйти на более высокий уровень развития, решать новые задачи и опираться на более зрелое нормативно-правовое обеспечение, относится взаимодействие государства и бизнеса. Подобное взаимодействие, встраиваясь в стратегии развития субъектов федерации, в использование программно-целевых методов управления, способно содействовать решению многих экономических, социальных и иных задач регионального звена российской экономики [164].

Наибольший эффект от данного взаимодействия может быть достигнут лишь при создании экономической среды, благоприятной для реализации преимуществ обоих партнеров. Для органов власти основное значение имеют рост налогооблагаемой базы, повышение уровня занятости и доходов населения, увеличение количества рабочих мест, уменьшение загрязнения окружающей среды, в итоге – стабилизация региональной экономики [164]. Для бизнеса наибольшую актуальность имеют увеличение функционирующего капитала и сокращение бездействующих активов, повышение конкурентоспособности продукции и рост доходов. Можно отметить, что решение задач бизнеса способствует решению задач, которые ставят перед собой региональные органы власти.

Обобщая вышеизложенное, можно сформулировать вывод о том, что в последние годы взаимодействие региональной власти и бизнес-структур при реализации социальной политики становится все более распространенным явлением.

Стабильному и успешному развитию бизнеса способствует наличие прочных деловых контактов с представителями органов государственной власти. Существует специальный термин – GR-менеджмент,

появление которого вызвано тенденцией развития публичных коммуникаций. Феномен GR – явление в чистом виде коммуникационное, поскольку основан на оказании воздействия и договоренностях [161].

GR (связи с правительством – от англ. Government Relations) представляет собой деятельность по выстраиванию отношений между различными общественными группами (бизнес-структурами, профессиональными союзами, добровольческими организациями и пр.) и государственной властью, включающую в себя сбор и обработку информации о деятельности правительства, подготовку и распространение информации о позициях представляемых групп, влияние на процессы принятия политических и административных решений (лоббизм) [162].

По мнению Е.В. Бобровой, региональная власть на сегодняшний день не может справиться с масштабными задачами в социальной сфере, которые помогают развитию рыночных отношений. Таким образом, власть стремится привлечь к реализации социальной политики крупные российские компании, средний и малый бизнес. Происходит это как через схему уплаты налогов, так и путем привлечения к корпоративной ответственности и благотворительности, которая является добровольным участием компаний в развитии территорий, выходящим за рамки, установленные законом [161].

Как отмечает Е.Д. Разгулина, нынешний курс на децентрализацию управления и перераспределение полномочий еще более подчеркивает важность развития взаимодействия власти и бизнес-структур на субфедеральном уровне [164].

Среди факторов, препятствующих развитию партнерских отношений, самыми значительными, по мнению Е.Д. Разгулиной, являются бюрократизм управленческих структур и недостаток бюджетных средств для финансирования совместных проектов. Следует подчеркнуть, что острой проблемой Е.Д. Разгулина считает слабую вовлеченность органов власти, а также трудности принятия компромиссных решений [164].

Мнение автора совпадает с мнением Е.Д. Разгулиной в том, что применение механизма взаимодействия региональной власти и бизнес-структур при реализации социальной политики способно обеспечить, прежде всего, возможность осуществления общественно значимых проектов, малопривлекательных для традиционных форм частного финансирования, повысить эффективность проектов за счет участия в них частного капитала [164].

Е.Д. Разгулина к числу основных направлений работы органов власти в данном направлении относит [164]:

- совершенствование региональной экономической политики в части организационно-институциональных инструментов, призванных активизировать их участие в социально-экономическом развитии территорий;

- разработка и реализация специальных целевых региональных программ социального инвестирования во всех областях (экономической, социальной, экологической и культурной) при условии прямого долевого участия в финансировании этих программ местных администраций и бизнес-структур;

- обеспечение участия представителей местных органов власти в мероприятиях, проводимых бизнес-структурами на территории присутствия в форме диалогов по проблемам партнерства с целью выработки конкретных рекомендаций по развитию программ для местного сообщества, местной администрации и менеджмента компании;

- ведение открытого диалога с бизнесом по совместному решению актуальных проблем развития региона с привлечением особого внимания к механизмам взаимовыгодного партнерства;

- развитие механизмов информационного обмена между бизнесом и органами региональной власти на основе активного применения информационных технологий с целью создания единого регионального информационного пространства;

- проведение специальных форумов и конференций, посвященных вопросам социально-экономических и экологических приоритетов

в деятельности региональных властей, с участием бизнеса и местных администраций;

- организация семинаров и других специальных мероприятий в целях развития межсекторного партнерства при участии всех заинтересованных сторон – власти, бизнеса, общества;

- развитие практики материального и морального стимулирования бизнеса к участию в решении общественных проблем путем корпоративных социальных инвестиций;

- создание банка социальных проектов, планируемых к реализации на территории региона;

- содействие распространению идеи ответственности бизнеса через систему образования, деятельность государственных и некоммерческих организаций, а также средства массовой информации;

- активизация работы по реализации практик ответственных действий бизнеса и повышению уровня вовлеченности в социально-экономические процессы в регионе.

В настоящем исследовании, согласно данным И.С. Галиевой определениям:

- под регионом понимается органическая часть общества и особая интегральная относительно автономная социально-территориальная общность, характеризующаяся целостностью экономической, политической и духовно-культурной жизни, включающая социальные процессы и социальные отношения, складывающиеся между индивидами, социальными группами, слоями, проживающими на его территории [163, с. 53];

- под региональной социальной политикой понимается многоуровневый процесс взаимодействия региональных институтов государственной, муниципальной власти и самоуправления, общественных организаций, предприятий, социальных общностей, групп и индивидов в процессе осуществления их жизнедеятельности с целью обеспечения согласования, гармонизации, реализации их интересов, стабилизации и целенаправленного развития регионального сообщества в целом [163, с. 53].

По мнению И.С. Галиевой, объектом региональной социальной политики являются регион как особая интегральная общность в целом, отдельные индивиды, социальные общности, проживающие на его территории, социальные отношения, складывающиеся между ними, и социальные региональные процессы. В качестве же субъекта региональной социальной политики выступают [163, с. 50–51]:

- соответствующие органы региональной государственной власти и управления, призванные реализовывать региональную политику на местах, что предполагает формирование соответствующего социального механизма, учитывающего интересы общества, региона и свои собственные потребности;

- общественные организации;
- предприятия;
- социальные группы;
- отдельные индивиды.

И.С. Галиева выделяет три основных уровня социальной политики, различающиеся по целям, функциям, субъектам и механизмам реализации, – федеральный, региональный и муниципальный [163, с. 51].

На верхнем, федеральном уровне разрабатывается нормативно-правовая база, принимаются основные законы и формируется система взаимоотношений между субъектами разного уровня. Утверждается бюджет, содержащий в своей расходной части статьи централизованного финансирования направлений социального развития, определяются перечни категорий населения, за социальную защиту и обеспечение которых несет ответственность федеральный субъект управления. Реализация федеральной социальной политики – важнейший блок региональной политики. Его основа – система социальной защиты населения [163, с. 52].

На уровне региональной социальной политики решаются задачи обеспечения комплексного, сбалансированного развития территории, конкретизируются и наполняются специфическим содержанием те или иные положения федеральных решений, вырабатываются механизмы их привязки к региональным проблемам. Социальная

политика региона ориентирована, прежде всего, на максимальный учет специфических региональных факторов протекания социальных процессов. Соответственно, этот блок предполагает корректировку основных направлений федеральной социальной политики в соответствии с местными особенностями и установление и реализацию региональных социальных гарантий, расширяющих федеральные. Региональная социальная политика – составная часть политики региона. В качестве основных ее задач выступают: снижение социальной напряженности в регионе; обеспечение социальной ориентированности экономики; обеспечение социальной защищенности малообеспеченных групп населения и регулирование внутрирегиональных различий в уровнях развития и уровнях жизни [163, с. 52].

Местный, муниципальный уровень призван в значительно большей мере конкретизировать методы, способы и механизмы достижения целей, определенные в рамках федеральной и региональной социальной политики, привязать их к особенностям тех или иных муниципальных образований, учесть специфику демографических, экологических, ресурсных и прочих характеристик муниципального образования. Местная социальная политика должна представлять собой комплексное, многослойное образование, стержнем которого являются требования федерального уровня. На них накладываются региональные требования, и вся эта система на местном уровне дополняется решениями и мероприятиями, предъявляющими дополнительные конкретные требования к социальной политике. Регулирование развития социальных процессов в рамках отдельных городов, районов, организаций способствует обеспечению стабильного развития региона в целом [163, с. 52].

По мнению И.С. Галиевой, базовым элементом структуры социальной политики в регионе с содержательной точки зрения являются основные направления. Основные направления могут конкретизироваться в форме региональных местных законов, указов, программ, единовременных решений, отдельных мер и конкретных мероприятий [163, с. 53].

Российский экономист Е.А. Лубашев отмечает, что в последние годы все больше полномочий в сфере социальной политики передается на уровень субъектов РФ [174, с. 50]. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что реализация региональной социальной политики является одной из важнейших задач органов управления субъектов РФ.

Согласно данному Е.А. Лубашевым определению, региональная социальная политика – это целенаправленная деятельность органов власти по обеспечению во взаимодействии с бизнес-сообществом, общественными институтами и населением сбалансированного социального развития региона [174, с. 51].

Е.А. Лубашев в своей работе, исходя из генеральной цели эффективной социальной политики, а именно достижения сбалансированного социального развития, выделил следующие региональные функции социальной политики, представленные в табл. 1.6.

Таблица 1.6

Функции региональной социальной политики

Функция	Характеристика
Демографическая функция	Регулирование естественного прироста населения и миграционных процессов
Защитная функция	Обеспечение защиты всех категорий граждан от внутренних внешних угроз.
Функция обеспечения	Поддержание приемлемого уровня жизни населения
Функция адаптации и социализации	Обеспечение для всех граждан возможности профессиональной и социальной реализации
Экономическая функция	Создание условий для развития региона, создание новых рабочих мест и поддержка предпринимательства, развитие и защита частной собственности
Функция развития	Стимулирование граждан к совершенствованию
Интегративная функция	Объединение усилий органов государственной и муниципальной власти, хозяйствующих субъектов, некоммерческих организаций с целью развития социально-экономических систем региона
Регулятивная функция	Регулирование процессов, происходящих в социальной сфере
Функция организации и контроля	Осуществление текущего и операционного контроля над процессами, происходящими в рамках социального развития, с целью своевременной корректировки действий
Воспитательная и образовательно-просветительская функция	Способствование повышению образованию и профессиональному становлению граждан
Идеологическая функция	Формирование определенного типа мировоззрения у населения
Политическая	Повышение лояльного отношения к власти со стороны населения и обеспечение политической стабильности

Анализ содержания табл. 1.6 приводит к выводу, что региональная социальная политика имеет достаточно широкую сферу применения, затрагивая самые различные стороны жизни населения.

Е.А. Лубашев выделяет три основных критерия для дифференциации направлений региональной социальной политики [174, с. 54]:

- сферный (в сфере социально-трудовых отношений; в сфере охраны здоровья; в сфере образования; в сфере культуры и досуга; жилищная политика и т.д.);

- объектный, определяющий ориентацию региональной социальной политики на социально-демографические группы населения (региональная социальная политика в отношении детей и подростков, в отношении молодежи, женщин, пожилых людей, инвалидов, работающих и т.д.);

- проблемно-ориентированный, предполагающий решение в рамках региональной социальной политики основных проблем (региональная социальная политика, направленная на снижение криминализации и маргинализации, региональная социальная политика в сфере урегулирования конфликтов и т.д.).

Социальная политика в системе социальной ответственности как институт представляет собой совокупность норм и правил, устанавливаемых государственными и общественными органами и регулирующих общественное поведение в социальной сфере. Проводя иерархический анализ института социальной политики, В.В. Волошин выделил следующие уровни [173]:

1. Институт государственной социальной политики – совокупность норм и правил, регламентирующих общественное поведение на уровне государства в целом и реализуемых через государственные механизмы социальной политики, а также федеральный инфраструктурный комплекс;

2. Институт региональной социальной политики – совокупность норм и правил, регулирующих общественное поведение на территории региона и реализуемых через региональные механизмы соци-

альной политики, которые основываются на механизмах федерального уровня, а также инфраструктурный комплекс региона;

3. Институт местной социальной политики – совокупность местных норм и правил, реализуемых через локальные механизмы, базирующиеся на федеральных и региональных, а также местной инфраструктуре;

4. Институт социальной политики предприятия – характерен для отдельно взятого предприятия.

Особенность каждого института заключается в том, что при установлении своих собственных норм и правил он опирается на нормы и правила вышестоящего института [173].

Проанализировав вышеизложенное, предлагается выделить четыре уровня управления социальной ответственностью бизнеса (рис. 1.7):

- высший (институциональный);
- средний (уровень региона);
- ниже среднего (уровень муниципалитета);
- низший (уровень предприятий).



Рис. 1.7. Уровни управления социальной ответственностью бизнеса

В.В. Волошин, рассматривая институт социальной политики с точки зрения регулируемых сфер общественного поведения, выделил следующие институты: труда, доходов, жилищный, здравоохранения, образования. Каждый из них представляет собой совокупность норм и правил, регулирующих общественное поведение в определенной сфере: условия труда, уровень доходов, занятость, здравоохранение, образование [173]. Соотношение иерархической институционализации социальной политики и ее институционализации по сферам представлено в табл. 1.7.

Таблица 1.7

Институционализация социальной политики

Иерархическая институционализация социальной политики	Институционализация социальной политики по сферам воздействия				
	Труд	Доходы	Жилье	Здравоохранение	Образование
государственная	+	+	+	+	+
региональная	+	+	+	+	+
местная	+	+		+	+
предприятия	+	+	+	+	+

Строки в таблице отражают иерархическое строение социальной политики, а столбцы – сферы влияния этих норм и правил. На пересечении строк и каждого из столбцов формируются частные институты социальной политики, например, институт государственной политики труда или институт региональной политики доходов [173].

С точки зрения В.В. Волошина, и нам стоит с этим согласиться, сущность региональной социальной политики заключается в следующем: базируясь на принципах, устанавливаемых на федеральном уровне, она должна реализовываться с учетом особенностей конкретного региона [173].

Принимая за основу полученные в ходе проведенного исследования положения, нами предлагается следующая институциональная модель государственного регулирования социальной ответственности бизнеса (рис. 1.8).

Под институциональной средой в исследовании мы понимаем совокупность основополагающих институтов, а также методы государственного регулирования.



Рис. 1.8. Институциональная модель государственного регулирования социальной ответственности бизнеса

Структура институциональной среды социальной ответственности бизнеса представляет собой упорядоченную совокупность политических, экономических, юридических и социальных институтов, в основе которых выступают нормы и правила социальной жизни общества, функционирования политической и экономической сфер, базовые правовые нормы – Конституция РФ, федеральные и иные законы и т.п. Система находится в постоянном развитии: нормы и правила появляются, получают свое развитие, дополняются новыми и исчезают.

Прямые методы государственного регулирования – это непосредственное властное воздействие государственных органов на регулируемые отношения и поведение соответствующих субъектов.

Косвенные методы государственного воздействия – это совокупность косвенных средств государственного влияния на деятельность субъектов экономики.

Особое значение в институциональной среде имеет регулятивный аспект, включающий в себя административные, экономические и социальные методы государственного регулирования социальной ответственности бизнеса.

Для формирования институциональной среды социальной ответственности бизнеса важно законодательное регулирование. С этой точки зрения важен легитимный аспект, определяющий правовое поле функционирования социальной ответственности бизнеса. Законодательство, регулирующее социальную ответственность бизнеса, не должно противоречить конституционным нормам, международным стандартам. В состав законодательства входят федеральные законы и подзаконные акты (указы Президента, постановления Правительства, акты министерств и ведомств).

Предлагаемый автором инструментарий государственного регулирования институциональной среды социальной ответственности бизнеса представлен в табл. 1.8.

Таблица 1.8

**Инструментарий государственного регулирования
институциональной среды социальной ответственности бизнеса**

Методы	Инструменты	
	стимулирования	ограничения
1	2	3
Административные	<ul style="list-style-type: none"> – наличие в образовании разнообразных учебных курсов в области КСО; – наличие аудита охраны труда; – развитие сектора независимого консалтинга в области КСО 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие в образовании разнообразных учебных курсов в области КСО; – отсутствие аудита охраны труда; – отсутствие сектора независимого консалтинга в области КСО
Правовые	<ul style="list-style-type: none"> – продвижение инициатив по соответствию национальных стандартов принятым международным; – наличие национальных стандартов в области КСО в соответствии с международными; – наличие регулярных публикаций нефинансовой отчетности в соответствии с национальными и международными стандартами в области КСО 	<ul style="list-style-type: none"> – стагнация инициатив по соответствию национальных стандартов принятым международным; – отсутствие национальных стандартов в области КСО в соответствии с международными; – отсутствие регулярных публикаций нефинансовой отчетности в соответствии с национальными и международными стандартами в области КСО

Окончание табл. 1.8

1	2	3
Экономические	<ul style="list-style-type: none"> – наличие налоговых льгот и зачетов, закрепленных на законодательном уровне; – уровень заработной платы не ниже прожиточного минимума; – поддержка инициатив в области КСО через софинансирование проектов; – рост количества социально ответственных инвестиционных фондов 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие налоговых льгот и зачетов, закрепленных на законодательном уровне; – уровень заработной платы ниже прожиточного минимума; – не поддерживаются инициативы в области КСО через софинансирование проектов; – отсутствие социально ответственных инвестиционных фондов
Социальные	<ul style="list-style-type: none"> – наличие аудита социально-трудовых отношений; – законодательно закреплено пенсионное регулирование; – законодательно закреплено обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников; – наличие публикаций в СМИ индексов социальной ответственности компаний; – установление минимальной продолжительности рабочего дня 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие аудита социально-трудовых отношений; – законодательно не закреплено пенсионное регулирование; – законодательно не закреплено обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников; – отсутствие публикаций в СМИ индексов социальной ответственности компаний; – отсутствие установленной минимальной продолжительности рабочего дня

На основе анализа научных публикаций и других источников был сделан вывод, что на сегодняшний день существует множество различных форм и видов взаимодействий органов власти и бизнеса, используемых как в зарубежной, так и в российской практике.

Ассоциация менеджеров различает следующие формы участия бизнеса в решении социальных проблем местного сообщества [178]:

- денежные гранты – адресная финансовая помощь, выделяемая компанией на реализацию социальных программ в области образования и на проведение прикладных исследований;
- благотворительные пожертвования и спонсорская помощь – адресная помощь, выделяемая компанией для реализации социальных программ как в денежной, так и в натуральной форме (продукция, помещения, транспорт, оборудование, призовые фонды, оплата счетов организаций – получателей помощи и др.);
- социально значимый маркетинг – адресная финансовая помощь, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара на реализацию социальных программ компании;

– эквивалентное финансирование – адресная финансовая помощь, которая заключается в совместном финансировании социальных программ со стороны компании, органов государственного управления и некоммерческого сектора;

– социальные инвестиции – финансовая помощь, выделяемая компанией на реализацию долгосрочных социальных программ, направленных на снижение социального напряжения и повышение уровня жизни населения;

– делегирование сотрудников компании – добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы внешней направленности через безвозмездное предоставление получателям времени, знаний, навыков, информации, контактов и связей сотрудников;

– социальный бюджет – финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ.

При определении основных форм взаимодействий в рамках реализации региональной политики Э.К. Гусейнов, Т.В. Бутова, Л.Р. Добрина выделили следующие классификационные признаки, на основе которых определены основные виды взаимодействий [160, 175]:

1. По ожиданию прибыли бизнес-структурами:

- безвозмездные вложения;
- социальные инвестиции;
- реализация социальной ответственности и повышение имиджа предприятия.

2. По видам вкладываемых бизнесом средств:

- финансовые средства;
- продукция и услуги.

3. По признаку нормативно-правового основания:

- регламентированное взаимодействие (осуществляется в соответствии с нормативно-правовым актом);
- нерегламентированное взаимодействие (добровольное).

4. По продолжительности:

- долгосрочное (стратегическое);

- среднесрочное;

- однократное.

5. По сфере взаимодействия:

- взаимодействие в сфере социальной защиты;

- взаимодействие в сфере образования;

- взаимодействие в сфере науки;

- взаимодействие в сфере здравоохранения;

- взаимодействие в сфере физической культуры;

- взаимодействие в сфере культуры;

- взаимодействие в сфере транспорта и т.д.

6. По целенаправленности взаимодействия:

- строго целевые;

- целевые;

- нецелевые.

7. По масштабу взаимодействия:

- отдельные нефинансовоемкие мероприятия;

- средние проекты;

- финансовоемкие проекты.

8. В соответствии с правовой формой осуществления:

- благотворительность;

- передача (делегирувание) функций (аутсорсинг);

- партнерство (договоры и соглашения);

- совместные программы.

Разделяя точку зрения Е.В. Бобровой, рассмотрим выделяемые ею формы партнерства в зависимости от сферы деятельности/целевой аудитории (табл. 1.9) [161].

Э.К. Гусейнов считает, что сегодня наиболее распространенной формой партнерства является благотворительность, причем данная форма взаимодействия бизнеса и власти является наименее эффективной, т.к. благотворительные пожертвования являются нецелевыми [161, с. 14].

Таблица 1.9

Формы партнерства в зависимости от сферы деятельности/целевой аудитории

Сфера деятельности / целевая аудитория	Формы партнерства
Образование	<ul style="list-style-type: none"> – Грантовые конкурсы для студентов и преподавателей; – Стипендии; – Профессиональные ориентации; – Программы развития для сирот, инвалидов и т.д.
Здоровый образ жизни	<ul style="list-style-type: none"> – Спортивные программы для сотрудников; – Городские спортивные мероприятия; – Поддержка детского и юношеского спорта; – Развитие новых видов спорта.
Социальная среда	<ul style="list-style-type: none"> – Грантовые конкурсы для общественных и муниципальных организаций, оказывающих социальные услуги жителям; – Акции с участием жителей, работников компании, муниципальных работников и т.д. – Целевые программы, направленные на повышение социальной адаптации дете- сирот, пожилых, инвалидов и т.д.
Культура	<ul style="list-style-type: none"> – Целевые программы, направленные на повышение знания жителями города своей культуры и истории; – Поддержка объектов культуры (включая акции и специальные мероприятия).

По мнению Т.В. Бутовой, Л.Р. Добриной, наилучшей формой взаимодействия органов региональной власти и бизнес-структур являются совместные комплексные программы, интегрирующие в себе несколько видов и направлений сотрудничества, для которых разработан механизм реализации. При этом авторы отмечают, что для успешного осуществления комплексных совместных программ органов власти и бизнес-структур в рамках реализации муниципальных социальных функций необходим поиск эффективных способов их финансирования [175].

Аналогичные выводы содержатся и в исследовании Э.К. Гусейнова, выделившего общее свойство совместных программ – стремление принести реальную пользу в решении общественно значимых проблем [160, с. 15].

Ю.В. Рагулина, Р.Н. Федосова и Э.К. Гусейнов выделяют следующие преимущества такого партнерства в рамках реализации региональных социальных функций [160, 176]:

- частичное снятие нагрузки на бюджет муниципального образования за счет привлечения частных средств и переложения части затрат на пользователей, повышения качества и доступности муниципальных социальных услуг;
- возможность для региона получить необходимую ему социальную инфраструктуру (например, учреждения дошкольного образования) сегодня с его оплатой в будущем;
- возможность формирования частному инвестору технического задания с учетом интересов территории и предоставления возможности применения передовых и улучшения технических и управленческих решений;
- возможность определения номенклатуры социальных услуг;
- возможность получения бизнес-структурами реального социального эффекта от реализации совместных программ, поскольку они, как правило, увязаны со стратегией развития бизнеса, и одновременно позитивного влияния на основную деятельность, что в совокупности открывает новые возможности;
- более активное участие бизнес-структур в региональной социальной политике за счет ожидания прибыли.

Подтверждением вышеизложенного являются примеры реализации программ социального партнерства в городе Сургут. Например, с помощью усилий ООО «Газпром переработка», при поддержке комитета по природопользованию и экологии администрации города Сургут и участием активистов в поселке Лунный были посажены лучшие сорта деревьев хвойных и лиственных пород.

Можно согласиться с мнением Е.В. Бобровой, что программы социального партнерства могут осуществляться в различных сферах, таких как образование, культура, социальная среда и др. [161]. Принимая во внимание этот факт, рассмотрим следующий пример эф-

эффективного социального партнерства. ОАО «Сургутнефтегаз» совместно с местными властями города Сургут оказывают поддержку детскому и молодежному спорту, проводят мероприятия по предотвращению загрязнения окружающей среды при осуществлении своей деятельности по добыче, переработке и транспортировке углеводородного сырья, газо- и нефтепродуктообеспечению.

В ходе исследования установлено, что большинство социальных программ, в которых участвуют региональная власть и бизнес-структуры, направлены на решение проблем социального характера, приносят пользу и являются успешными.

С.А. Кожевников отмечает, что, вступая в проекты партнерства, бизнес заинтересован в долгосрочном и стабильном сотрудничестве, когда заранее известны и понятны «правила игры», гарантирующие возврат вложенных финансовых средств и получение необходимого уровня доходности. Поэтому для успешной реализации проектов партнерства власти и бизнеса необходимо наличие развитой институциональной среды [166].

Следовательно, в качестве актуальных вопросов формирования эффективной системы взаимодействия органов власти и бизнеса в современной России Л.В. Сигарова называет поиск механизмов легитимации и управляемости данного процесса, регламентирования на федеральном и региональном уровнях, а также новых каналов взаимовыгодного сотрудничества органов власти и предпринимательского сообщества [167].

По мнению Е.Д. Разгулиной, решение этих проблем позволит определить и реализовать основные направления оптимизации процесса формирования системы партнерского взаимодействия, что будет способствовать равномерному распределению экономических ресурсов, а значит, развитию производств и, как следствие – социально-экономическому развитию территорий [165].

По мнению Е.Д. Разгулиной, в современных условиях, когда бюджетных средств недостаточно и необходимо привлекать допол-

нительные источники финансирования, механизмы взаимодействия региональной власти и бизнес-структур выступают одной из базовых конструкций привлечения внебюджетных инвестиций в развитие различных видов инфраструктуры, решение конкретных социально-экономических задач, расширение спектра и повышение качества услуг, формирование новых точек роста, способствующих повышению уровня социально-экономического развития региона [166].

В.И. Малышков, П.А. Кудюкина в своей работе отмечают, что основным аспектом достижения оптимальности при осуществлении диалога между бизнес-структурами и региональной властью является формирование системы социального партнерства, эффективное ее использование на базе равноправного сотрудничества, переговоров, консультаций, коллективных договоров и соглашений с исключением воздействий силового характера при решении спорных проблем с любой стороны (наемные работники, работодатели, государство) [168, с. 12].

По мнению А.А. Нещадина, идеология социального партнерства основывается на том, что власть, бизнес и общественные организации, представляющие интересы населения и наемных работников, взаимодействуют и строят свои отношения, исходя из необходимости обеспечения [170, с. 154]:

- социальной стабильности и порядка в обществе;
- устойчивого и динамичного развития экономики;
- правовой защиты и реализации основных прав и свобод личности;
- создания условий гармоничного развития человека.

Однако В.А. Михеев в работе [169, с. 35] констатирует, что далеко не все регионы в полной мере овладели социальным партнерством как инструментом управления развитием экономики, не оценили должным образом его возможности по комплексному решению социально-экономических проблем.

В работе М.И. Либоракиной [177] приведены четыре модели позиций бизнеса и власти в контексте социальной ответственности:

- добровольно-принудительная благотворительность. Местные власти требуют от бизнеса финансового участия в решении социальных проблем «по собственному желанию». В случае отказа от такого участия возможно использование законодательно разрешенных способов «усложнения» предпринимательской деятельности;
- торговая ассоциация. В такой модели взаимоотношений участие бизнеса в социальной сфере возможно за ответные уступки со стороны власти по некоторым вопросам, касающимся самого бизнеса;
- город-комбинат. В такой модели бизнес вынужден участвовать в социальном развитии ввиду слабости государства, его неспособности поддерживать социальную инфраструктуру местного общества;
- социальное партнерство. Это наиболее гармоничная модель согласования интересов власти, общества и бизнеса, основанная на взаимном учете интересов для улучшения благосостояния и качества жизни населения.

По мнению Е.В. Бобровой, «корпоративная ответственность является одной из немногих форм взаимодействия, где сталкиваются интересы бизнеса и власти, проводятся взаимовыгодные проекты, поэтому корпоративной ответственности необходимо развитие и укрепление» [161].

По мнению В.И. Малышкова, изменения в мировом хозяйстве требуют энергетических действий государства, создания новых механизмов взаимодействия его с бизнесом. Можно согласиться, что упрочнение института взаимодействия власти и бизнеса ведет к позитивным социально-экономическим последствиям для общества, власти и самого бизнеса [171, с. 113–114].

Э.К. Гусейнов считает, что разновидностью такого партнерства может быть договорное партнерство, представляющее собой нормативно закреплённый альянс между органами власти и частным бизнесом, с целью реализации региональных социальных функций в виде финансовоёмких и масштабных проектов. В данном случае бизнес имеет возможность не только реализовать свою социальную ответственность, но и получить реальную финансовую прибыль [160, с. 15].

2. РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РАМКАХ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

2.1. Понятие человеческого капитала и процесс его формирования

Теория человеческого капитала является важнейшей в решении наиболее значимых проблем социально-экономического развития регионов во второй половине XX века в условиях нарождающейся глобализации, которая порождает проблемы, связанные с повышением конкурентоспособности национальных экономик, осуществлением промышленной политики, распределением инвестиций в сферах образования и здравоохранения и регуляцией социально-правовых отношений. Уделяя основное внимание изучению социальной ответственности предприятий региона с экономических позиций, данная теория значительно повлияла на процессы разработки долгосрочных программ развития в системах образования в развитых и развивающихся странах, создав устойчивую платформу для взаимодействия академической науки, государства, частного бизнеса.

Становление концепции человеческого капитала и трансформация ее в полноценную экономическую теорию обусловили направления исследований экономической природы человеческого поведения в течение шести последних десятилетий. Понимание процесса формирования человеческого капитала раскроет природу основных принципов, на которые полагаются субъекты экономики при принятии решений об инвестировании в человеческий капитал, позволит сформулировать концепцию социальной ответственности предприятий. Следует отметить, что в настоящее время процесс исторического развития теории человеческого капитала достаточно освещен в работах как зарубежных, так и отечественных авторов. Например, исследователи И.А. Гурбан и А.Л. Мызин выделяют четыре

этапа происхождения и эволюции теории человеческого капитала, связанных с появлением первых истоков (У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс), выдвижением теории (Т.У. Шульц и Г. Беккер), ее развитием (Э. Денисон, Дж. Кендрик и др.) и восприятием в отечественных исследованиях [202, с. 33]. А.И. Козлов выделяет три этапа в становлении теории: по мнению исследователя, на первом этапе происходит восприятие человеческого труда как ведущего фактора производства, на втором происходит признание важности квалифицированного труда и профессиональной подготовки работника (этап классической экономической теории). Третий этап объединяет обширный исторический период (неоклассическое направление), в котором происходит формирование концепции экономического человека [203]. Н.В. Ветренникова при исследовании роли человеческого капитала в социальной ответственности предприятий отмечает периоды становления, связанные с работами зарубежных (начиная с Ф. Махлупа и Т. Шульца) и отечественных авторов (современный период) [204, с.110]. Таким образом, подходы к периодизации развития теории разнообразны, они базируются на анализе обширного материала по восприятию роли человека в экономике в рамках социальной ответственности предприятий на протяжении более чем трехсот лет.

Одним из приоритетных направлений экономических научных исследований человеческого капитала стало изучение структуры совокупного капитала развитых стран и анализ источников экономического развития, связанных с его воспроизводством, в частности социальной ответственности предприятий. Ряд исследований по данному направлению был посвящен изучению структуры источников экономического роста и оценке влияния отдельных факторов, таких, например, как рабочая сила, на общие изменения в национальном доходе и других параметров, касающихся социальной ответственности предприятий.

Так, поиск источников экономического роста начинался с изучения качественных изменений в процессе воспроизводства капитала,

связанных с инвестированием в научно-исследовательские проекты и последующим улучшением технологии производства. Качественные изменения не имели прямого воплощения в системе координат капитала и, очевидно, были привязаны к труду, однако неясным оставался переход, который бы раскрывал связь между технологическими изменениями и инвестированием в исследования.

Изучение процесса инвестирования в разработки новых технологий показало, что при постоянном уровне совокупного физического капитала производительность имеет потенциал роста в течение определенного времени. Подобный феномен описал, в частности, американский экономист К. Дж. Арроу в своей статье, посвященной обучению организаций «на собственном опыте» (*learning by doing*), где исследователь отметил, что люди способны обучаться под влиянием новых производственных задач. М. Боуман отмечает, что К. Дж. Арроу подтвердил существенную гипотезу о том, что повышение знаний и умений работников, которое происходит в ходе получения производственного опыта, – это главный фактор, обуславливающий экономический рост, а замена оборудования в ходе поиска технологических улучшений – важнейшая предпосылка к дальнейшему инвестированию в профессионализм сотрудников [205, с. 118]. Однако на данном этапе говорится не об инвестициях в человеческий капитал, а об углублении знаний (*advance in knowledge*). Таким образом, социальная ответственность предприятий заключается в инвестировании в человеческий капитал, что является сущностной базой взаимодействия человеческого капитала и бизнеса.

Американский экономист Э. Денисон также анализировал источники и альтернативы экономического роста в ряде своих работ, используя доступные на тот момент статистические данные. Проведенный анализ позволил выявить структуру традиционных производственных факторов и подтвердить статистическую значимость уровня образования и обучения на производстве (*on-the-job training*) при определении совокупного роста национального дохода. Анализируя

данные за период с 1929 по 1957 годы, Э. Денисон определяет общий вклад образования в рост совокупного дохода США на уровне 23% в национальном измерении и на уровне 42% при расчете на душу населения [206]. При изучении экономического роста в США в период с 1948 по 1981 г. среди прочих факторов, объясняющих экономический рост, исследователь выделяет некоторые характеристики труда: часы занятости, половозрастную структуру и уровень образования. По его оценкам, образование, обусловившее вклад в качество труда, является решающим источником роста в рассматриваемый период: относительное влияние фактора «образование» составило в 1948–1973 годах порядка 0,53 п.п. на общий среднегодовой показатель роста дохода частного сектора экономики (он составлял 3,59%), а в 1973–1981 гг. влияние фактора «образование» составило 0,61 п.п., превысив вклад совокупного фактора «физический капитал» на 0,05 п.п. [207].

Результаты исследований, проводимых в русле выявления источников экономического роста, позволили прояснить структуру совокупного капитала, определив две значительных его категории – вещественный и невещественный капитал (рис. 2.1) [208; 209, с. 42].

Совокупный капитал			
Вещественный капитал		Невещественный капитал	
Здания	Человеческий капитал (затраты на воспитание до 14 лет)	Капитал, не воплощенный в людях	Человеческий капитал (затраты на образование, специальную подготовку, здравоохранение, перемещение рабочей силы)
Сооружения		Фундаментальные и прикладные исследования и разработки	
Природные ресурсы			
Оборудование			
Запасы товарно–материальных ценностей			

Рис. 2.1. Совокупная структура капитала
(модель Дж. Кендрика) [209; 167]

Т. Шульц и Г. Беккер впервые провели обстоятельный анализ инвестиций в образование как источника внутренних преобразований в рабочей силе, предприняли попытки классифицировать элементы человеческого капитала и определить его связь с уровнем доходов индивидуума в течение всей его жизни, выявить рациональные предпосылки для объяснения феноменов дискриминации различного рода на рынке труда. В работах указанных авторов актуализированы теоретические принципы расчетов отдачи от инвестиций в человеческий капитал и проведены некоторые эмпирические оценки.

Как отмечает М. Блауг, жестким ядром программы исследований инвестиций в человека или, иными словами, его концептуальной основой является положение о том, что люди инвестируют в себя, откладывая текущее потребление и ожидая превышения своих доходов в будущем, например, в результате приобретения карьерных перспектив на рынке труда [210, с. 828–829]. Подобные инвестиции могут быть осуществлены в различные виды образования и производственной подготовки, сферу здравоохранения, социальный капитал, приобретение информации, в частности, для обеспечения географической и иных видов мобильности. Различные параметры инвестирования влияют не только на качество человеческого капитала, но и на человеческое поведение в целом, таким образом, определяя процесс принятия решений о распределении времени и доходов как индивидуумов, так и отдельных домохозяйств. В этой связи роль социальной ответственности предприятий проявляется наиболее сильно, так как предприятия способны осуществлять расходы, которые можно определить как инвестиции в человеческий капитал.

Необходимо отметить, что понятие человеческого капитала первоначально породило, прежде всего, этические противоречия в научном экономическом сообществе, поскольку воспринималось как ограниченное, подчеркивающее родство инвестиций в физический капитал и человека и позволяющее, в конце концов, трактовать последнего как машину [211, с. 392]. Свободный человек не мог рас-

смастиваться с моральных философских позиций как собственность или рыночный актив. С течением времени, однако, выяснилось, что методологическая идентичность подходов к анализу инвестиций в человека и в физический капитал как частных приложений общей теории капитала создали иллюзию неприятия гуманности в данной теории. Рассмотрение образования исключительно как инструмента социального и культурного приобщения, элемента ценностного бытия является ограниченным, поскольку не отражает в достаточной степени его экономической природы. Как показал анализ инвестиций в человека, неприемлемо было и классическое понятие рабочей силы, трактуемое как способность заниматься физическим трудом, требующим ограниченного набора знаний и навыков; как отмечает Т. Шульц, рабочие стали капиталистами не от приобретения акций компаний, а от приобретения знаний и навыков, которые имеют высокую экономическую ценность [212, с. 3].

Очевидно, что качество жизни населения может быть повышено за счет инвестиций в человеческий капитал, раскрывающихся как инвестиции в образование всех уровней, здравоохранение и социальную сферу, и одним из источников такого финансирования призваны выступать инвестиции предприятий, осознающих свою социальную ответственность. Любые вложения в человеческий капитал рассматриваются как инвестиции, которые, преобразуя основные его компоненты, дают положительные или отрицательные экономический и социальный эффекты.

Представления о сущности человеческого капитала были разработаны Т. Шульцем в его первых работах по теме инвестиций в человека [212]; классическое определение гласит, что человеческий капитал есть запас приобретенных знаний, умений и навыков человека, обуславливающий существенные сдвиги в качестве рабочей силы, имеющий потенциал роста при соответствующем инвестировании и в результате применения приносящий доход в будущем [213].

Исследуя последствия инвестирования в человеческий капитал для экономического роста, Т. Шульц впервые показал, что образование является важнейшим инвестиционным ресурсом, поскольку перспективы увеличения будущих заработков мотивируют индивидуальное инвестирование в образование, позволяя преодолеть потребительский подход к его получению [214, с. 5–7]. При анализе наблюдаемых конкурентных преимуществ молодых работников на рынке труда исследователь делает заключение, что социологические предпочтения и миграция существующей рабочей силы не объясняют значительные разницы в заработках, различия отражены главным образом в уровне образования и капитале здоровья. Вновь приходящие на рабочие места имеют двенадцатилетнее школьное образование, в то время как старые работники обучались в школе в течение шести лет. На макроэкономическом уровне наблюдаемое в первой половине 1960-х годов в США уменьшение соотношения капитала и дохода, которым пользовались экономисты для определения темпов экономического роста, объяснялось Т. Шульцем включением образовательной компоненты в структуру заработков, разница в доходах могла быть преодолена главным образом посредством инвестирования в человеческий капитал.

В своих исследованиях Т. Шульц выделял особые функции образования в воспроизводстве человеческого капитала, в частности, к функциям высшего образования он относил раскрытие талантов, обучение и проведение исследований. В целом, согласно модели Т. Шульца, процесс инвестирования в образование состоит из двух компонентов – потребления, направленного на поддержку благосостояния инвестора в настоящем, и будущих заработков, которые в совокупности отражают направления инвестиционных потоков. Отдача от осуществленных инвестиций происходит на протяжении всей жизни человека, поэтому процесс инвестирования рассматривается на длительных отрезках времени. Рынок физического капитала стимулирует инвестиции в человека в рамках социальной ответственности предприятий.

Важнейшим достижением в микроэкономическом анализе человеческого капитала следует считать разработку Г. Беккером общей теории, которая привела к осмыслению условий равновесия при инвестировании и определению оптимального объема инвестирования (момент, когда принимается решение об инвестировании, наступает по достижении равновесия). Г. Беккер разработал обобщенный подход к инвестированию в человеческий капитал в рамках элитарного (учитывающего разницу в природных способностях людей) и эгалитарного (элиминирующего различия в кривых спроса, обусловленные различиями во врожденных качествах) подходов. Обобщенный подход предполагает, что заработки и инвестиции распределяются неравномерно, в зависимости от повышенной эластичности кривых спроса, асимметричного их распределения и наличия положительной корреляции между ними [215, с. 91–144].

Изучение эмпирического базиса проводилось параллельно с основными теоретическими изысканиями Дж. Минцером: модифицировав уравнение регрессии, предложенное Г. Беккером и Б. Чизвиком, посредством ввода переменных производственного опыта и использования групповых данных, он значительно углубил программу дальнейших эмпирических исследований [211, с. 393]. Впоследствии статистическое уравнение заработков Дж. Минцера, отражающие влияние таких факторов, как число накопленных лет образования, уровень производственного опыта и гендерные параметры на логарифм доходов, было признано классическим для изучения результатов инвестирования в человеческий капитал [216; 217; 218]. В общем случае статистическая функция заработков представляет собой прагматический подход к уяснению влияния обширного набора факторов на конечный показатель заработков. Существенной теоретической проблемой, с которой приходится сталкиваться и по сей день, является невозможность оценки всей совокупности факторов, влияющих на показатель доходов, и оценки всех альтернативных действий в период инвестирования в человеческий капитал, поэтому функция

заработков в изначальном виде представляется весьма упрощенным эконометрическим инструментом. Долгое время недостаточность данных и неполнота статистических выборок ограничивали исследования человеческого капитала с применением функции заработков.

В середине 1970-х годов в связи с углублением эмпирического материала появляется новое направление в исследовании вклада образования в экономический рост, получившее название гипотезы скрининга (screening hypothesis), или, в отечественной литературе, теории фильтра [219]. В связи с тем, что в результате дополнительных исследований стало неочевидным формирование остаточного роста совокупного капитала за счет человеческого капитала, исходная гипотеза о влиянии образования на производительность труда была поставлена под сомнение: положительная связь между образованием и увеличением дохода могла быть связана с сигнализирующим характером образования [220, с. 949]. Общие принципы теории скрининга основываются на наблюдениях, согласно которым уровень заработков повышается не с увеличением уровня формального образования, а с накоплением производственного опыта. Вклад обучения с этих позиций рассматривается как обеспечение инструмента отбора потенциальных сотрудников на рынке труда, годы производственной подготовки наиболее важны, поскольку коррелируют с уровнем заработков. Как отмечают Л. Лайард и Дж. Псахарополус, образование в типичной ситуации носит характер социального сигнала, когда работодатель ориентируется первоначально на документ об образовании [221].

Теоретическое объяснение процессов формирования человеческого капитала и накопление обширного эмпирического материала позволило включить человеческий капитал в полноценную дискуссию о национальной социально-экономической политике, создать предпосылки для пересмотра набора инструментов, стимулирующих экономический рост. На сегодняшний день теоретические положения в исследованиях человеческого капитала практически не изме-

нились, однако значительно увеличился масштаб проводимых исследований, актуализировались направления исследований, связанные с тенденциями глобализации. Международные сопоставления оценок стоимости человеческого капитала позволили сделать различные выводы об эффективности национальной образовательной политики и особенностях воспроизводства человеческого капитала, наличии системных эффектов во взаимодействии его элементов. Так, исследования неоиндустриальных экономик азиатских стран в начале 1990-х показали, что усиление международных торговых связей и ускорение технологических изменений ведут к увеличению инвестиций в человеческий капитал и повышению его качества. Качественные изменения в содержании образования измеряются в данном случае по степени выпуклости кривой, отражающей изменение заработка с возрастом [222, с. 608].

Необходимо выделить общетеоретические принципы, на которых она строится и исходя из которых выделим свойства человеческого капитала, которые позволяют проявить экономическую природу инвестирования в человеческий капитал в условиях социальной ответственности предприятий.

Во-первых, основополагающий принцип всех частных теорий в программе исследований человеческого капитала заключается в рациональном экономическом поведении. Положение о рациональности подобного поведения, разграничивающее программы экономических и социальных исследований по этому направлению и утверждающее, что при распределении материальных ресурсов и времени между различными видами деятельности человек в любом случае поступает рационально, является ключевым для понимания теории. В данном случае существует особый тип экономической рациональности.

Во-вторых, человеческий капитал рассматривается как запас приобретенных способностей. С одной стороны, положение о равенстве возможностей предполагает, что долгосрочное конкурентное равновесие на рынке труда и индивидуальный выбор в инвестировании

в человеческий капитал не зависят от изначальных способностей, то есть от врожденных качеств, а привязаны, прежде всего, к спросу на специфический человеческий капитал. Все индивиды имеют равные возможности при выборе образовательной траектории и свободу в доступе к карьерным перспективам и при получении предельной нормы отдачи от инвестиций в образование. С другой стороны, изначально в программе исследований Г. Беккера предпринималась попытка объяснить влияние врожденных качеств на общую производительность и их вклад в оценки отдачи от инвестиций в образование. Он отмечал, что число накопленных лет образования положительно связано с наличием индивидуальных особенностей, измеряемых с помощью коэффициента интеллекта и показателей интеллектуальной лабильности.

В-третьих, необходимо учитывать временные измерения процессов инвестирования. Выявленные закономерности обусловлены непосредственной связью результатов инвестирования с продолжительностью жизни человека. Время является важнейшим экономическим ресурсом, недостаток которого накладывает решающее ограничение на инвестирование в человеческий капитал и объясняет изменение отдачи от подобных инвестиций: поскольку по мере накопления человеческого капитала у отдельного индивидуума стоимость его собственного времени возрастает, это приводит к падению предельных выгод от инвестирования.

В-четвертых, человеческий капитал является актуальной субстанцией, непосредственно связанной с существенными свойствами человека, проявляющей свои свойства в действительности. Поскольку современная теория интеллектуального капитала включает в состав последнего конструкцию, определяемую как структурный капитал, то становятся ясными природа и значение человеческого капитала. Структурный капитал содержит в себе уже формализованные результаты интеллектуальной деятельности человека, имеющие капитальное значение и относимые, например, к регламентации по-

строения различных организационных структур, к воспроизводству самой интеллектуальной собственности и к юридическому разграничению прав на результаты ее использования.

В-пятых, индивид не может быть отнесен к интеллектуальным продуктам, поэтому предприятие арендует его человеческий капитал, не отчуждая последний от живой личности. Индивид вправе самостоятельно распоряжаться своим человеческим капиталом, не отчуждать его от себя при выборе альтернативных источников для капитализации своих знаний, умений и навыков, привнося тем самым качественные изменения на рынок труда.

В-шестых, необходима дифференциация понятий человеческого капитала, человеческого потенциала и человеческих ресурсов, поскольку последние два являются интегральной характеристикой человека, их комплексность и многомерная структура размывают границы экономического анализа и смещают его результаты из области изучения эффективности инвестиций в человека посредством обращения к институциональной среде.

Рассмотренные принципы позволяют выделить свойства человеческого капитала и обосновать концепцию социальной ответственности предприятий в формировании человеческого капитала (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Свойства человеческого капитала и их характеристики

Свойство человеческого капитала	Характеристика свойства
1	2
Рациональность человеческого поведения при инвестировании в человеческий капитал	Субъекты экономики поступают рационально при инвестировании в человеческий капитал и максимизируя свое потребление в соответствии со своими представлениями о благосостоянии [8].
Темпоральность	Время является важнейшим ресурсом для определения ограничений на инвестирование в человеческий капитал. Число накопленных лет образования является одним из объективных показателей уровня человеческого капитала в национальном измерении. Длительность инвестиционного периода для человеческого капитала приближается к общей продолжительности жизни индивидуума.

Окончание табл. 2.1

1	2
Измеримость	Объем человеческого капитала в денежном измерении определяется доходным методом как сумма превышения доходов экономических субъектов, полученная в результате получения отдачи от человеческого капитала. Затратный метод при измерении человеческого капитала приемлем в случае исключения из состава инвестиций объема средств, направленных на текущее потребление.
Значимость врожденных качеств при инвестировании	Врожденные качества человека оказывают влияние на оптимальный уровень инвестиций в человеческий капитал, но являются во всех отношениях экзогенным фактором при анализе состояния человеческого капитала.
Устаревание и обесценивание	Для человеческого капитала характерны некоторые общие свойства физического капитала, такие как устаревание и обесценивание, происходящее за счет влияния внешних факторов. Прогрессивные социально-экономические трансформации и технологические изменения с последующей модернизацией физического капитала являются сигналом для инвестирования в человеческий капитал.
Исключительная связь с индивидуумом	Человеческий капитал непосредственно связан с индивидуумом и неотчуждаем, поскольку материальные результаты применения человеческого капитала (например, в ходе формализации и т.п.) трансформируются в структурный капитал. Т. Шульц отмечал, что человеческий капитал как таковой не может быть продан, а его оценка производится в рамках заработков [190, с. 330].
Гетерогенность	Качественная неоднородность человеческого капитала может быть определена через ряд факторов, например, через неоднородность в общей структуре ресурсов, инвестируемых в образование (часть из них направляется на текущее потребление), неоднородность врожденных способностей, воспринятых в качестве экзогенного фактора, и различия в спросе на рынке труда на специалистов с различным уровнем квалификации.
Комплексность	Инвестирование в человеческий капитал оказывает влияние на совокупность феноменов человеческого поведения, вызывает ряд системных эффектов. Наиболее исследованные из них относятся к сферам образования и здравоохранения. К ним относят, например, эффекты избыточного инвестирования в человеческий капитал и эффекты образовательного капитала, когда уровень образовательного капитала положительно связан с объемом инвестирования в капитал здоровья и, следовательно, с ожидаемой продолжительностью жизни населения. Структура перераспределения доходов также зависит от уровня образования.
Транзитивность	Отражает экономическую неравнозначность различных периодов инвестирования в человеческий капитал: заработки зависят от уровня образования и повышаются с увеличением количества накопленных лет образования. Объем и отдача от инвестиций неравнозначны в различные периоды и зависят от объемов предыдущего инвестирования.

В условиях технологической модернизации в отечественной промышленности [223; 224; 225] эти принципы должны быть заложены, прежде всего, на микро- и мезоэкономическом уровнях, то есть в концепции социальной ответственности на уровне отдельных промышленных предприятий и групп подобных предприятий, формирующих устойчивые связи внутри развивающейся институциональной среды, интегрирующей политику формирования человеческого капитала на предприятиях в рамках социальной ответственности.

Необходимо отметить, что применяемая в отечественных условиях модель ускоренного накопления человеческого капитала привела общему значительному снижению эффективности накопленного человеческого капитала. Наблюдается разрыв между качественными и количественными показателями образования, фактической и потенциальной производительностью труда, в экономике усиливаются тенденции в накоплении отрицательного человеческого капитала [226], тем самым, по выражению Р.И. Капелюшникова и А.Л. Лукьяновой, формируется низкопродуктивная экономика псевдознаний [227]. Предпосылки к изменениям, которые позволят преломить негативные тенденции в формировании человеческого капитала, находятся в пересмотре принципов процессов инвестирования в человеческий капитал в институциональной среде различных уровней и в повышении роли социальной ответственности предприятий.

Таким образом, человеческий капитал обычно рассматривается исследователями в двух плоскостях – как целостное явление и как совокупность элементов. Классификация возможна по разным основаниям и в разных целях, что и представлено в литературе по этой проблематике. Практически все исследователи признают реальность и решающую роль интеллектуального капитала. При классификации человеческого капитала очень важно определить формы собственности капитала, равно как и возможности их признания, поскольку элементы того или иного вида интеллектуального капитала пронизывают друг друга и в сопряжении с человеческим капиталом трудноотделимы. Выделяют:

- индивидуальный уровень;

- уровень фирмы;
- национальный уровень.

При определении уровня собственности важно также отметить, что элементы индивидуального человеческого капитала способствуют построению и развитию интеллектуального капитала предприятия, то есть часть неотделимого индивидуального человеческого капитала может быть признана капиталом предприятия и может использоваться в его деятельности, стимулируемая инвестициями в человеческий капитал.

На рис. 2.2 предложена взаимосвязь видов человеческого капитала по некоторым основаниям и показана взаимосвязь классификаций по различным основаниям. Она позволит нам разграничить признаваемые частично или полностью виды человеческого капитала.



Рис. 2.2. Классификация человеческого капитала по различным основаниям

2.2. Роль и значение интеллектуального капитала в развитии промышленного предприятия

Как отмечалось ранее, современная общая теория человеческого капитала выделяет в особую категорию человеческий капитал предприятия. Это связано с тем, что предприятие является одним из основных инвесторов, предоставляющим индивидуумам так называемую общую и специфическую производственную подготовку. По сути, в этом и заключается определенная социальная ответственность предприятия, которая приносит взаимовыгодные последствия как для работников и предприятия, так и для общества в целом.

В теории и практике управления предприятием принципы формирования человеческого капитала стали особо актуальными в последнее время в связи с повышением значения для современной экономики технико-технологических изменений, которые обуславливают быстрое устаревание человеческого капитала с последующим снижением его стоимости, и, как следствие, утрату компанией конкурентных преимуществ.

Поэтому изначально имеющая скорее декларативный характер идея человеческого капитала как ключевого ресурса организации уже в начале 2000-х нашла серьезное подкрепление в виде масштабных эмпирических исследований практик управления человеческими ресурсами в ряде высокотехнологичных отраслей. Не случайно то, что теоретические и практические аспекты управления человеческим капиталом предприятия в значительной степени были разработаны в исследованиях, проводимых в США и Европе, где наблюдается высокий уровень нестабильности внешней и внутренней среды предприятий (Э. Брукинг, Т. Стюарт, Л. Эдвинссон, М.С. Малоун). Они доказывают, что успех компаний, использующих интеллектуальный капитал в качестве ключевого ресурса, поначалу наблюдался у инновационных компаний, которые показывали значительный прирост рыночной стоимости по сравнению с балансовой оценкой из активов [228; 229; 230]. В современных условиях устаревание человеческого капитала и его последовательное обесценивание особенно сказыва-

ется именно на деятельности компаний, работающих в высокотехнологичных отраслях, где крайне высока нестабильность внешней и внутренней среды, поэтому конкурентные преимущества связаны в первую очередь с достижением максимальной эффективности от производства и использования интеллектуального капитала.

Современная теория управления несколько по-новому эксплицировала понятие человеческого капитала, переведя основные понятия неоклассической экономики труда на язык корпоративного менеджмента. Во многих рассмотренных работах понятие человеческого капитала компании ошибочно отождествляется с понятием человеческих ресурсов, что порождает ряд методологических противоречий. Происходит подмена одного понятия другим, что зачастую приводит к дублированию функций в направлениях управления персоналом и включению некоторых чужеродных для теории человеческого капитала элементов.

Кроме того, некоторые терминологические особенности могут быть выявлены при рассмотрении отечественных работ по менеджменту. Вместо категории «стратегическое управление» зачастую встречается странная формулировка «разработка и реализация политики» в тех или иных областях, например, «стратегическое управление человеческими ресурсами» трактуют как «реализацию кадровой политики» или «стратегию управления персоналом».

В дальнейшем термины «персонал», «кадры» и «человеческие ресурсы» будут использоваться нами как синонимы, поскольку в задачи данного исследования входит только разграничение указанных терминов и понятия «человеческий капитал» как их качественной интегральной характеристики. Как правило, категории «персонал» и «человеческие ресурсы» объединяют сотрудников компании, постоянных или временных, включают в себя качественные и количественные характеристики их труда как целесообразной деятельности.

Для исследования подходов к развитию социальной ответственности предприятия в отношении развития человеческого капитала необходимо усовершенствовать концепцию управления человеческим капиталом. В дальнейшем черты предлагаемого подхода тесно

связаны со стратегическим управлением человеческим капиталом промышленных предприятий, что обусловлено, во-первых, процессом становления политики управления человеческими ресурсами в долгосрочной перспективе, во-вторых, результатами анализа недостатков в современных подходах к развитию человеческого капитала в рамках традиционного управления персоналом в России, в-третьих, необходимостью синтеза достижений теории человеческого капитала с концепцией стратегического управления.

Логическая схема, отображающая взаимосвязь стратегического управления человеческим капиталом предприятия и концепции социальной ответственности предприятий, направленной на увеличение эффективности человеческого капитала, приведена на рис. 2.3.



Рис. 2.3. Взаимосвязь стратегического управления человеческим капиталом предприятия и концепции социальной ответственности предприятий

Во многом инвестиционный подход к управлению человеческими ресурсами был определен становлением теории стратегического управления предприятием, разрабатывающейся с середины 1960-х годов. Объем литературы по стратегическому управлению, доступный в современный период, чрезвычайно обширен, одну из первых попыток обобщения исследований по теории и практике стратегического управления предприняли Г. Минцберг, Б. Альстранд и Ж. Лампель в работе [231], первое издание которой относится к 1998 году. На основе анализа более чем 2000 источников исследователи выделили десять школ стратегического менеджмента, различающихся основной идеей, базовыми процессами и подходами к моделированию организационных изменений.

Анализ особенностей десяти указанных школ позволил достаточно условно, а иногда противоречиво, определить некоторые общие, концептуальные черты стратегического управления и роль развития человеческого капитала в каждой из школ стратегического менеджмента. Прежде всего стратегический подход предполагает ориентацию на долгосрочную перспективу, рассматривает деятельность организации на основе целостного восприятия и выделяет четкие приоритеты в направлениях ее развития.

Существенные различия выделенных авторами [231] школ планирования касаются взглядов различных групп исследователей на природу организационных изменений, на соотношение факторов внутренней и внешней среды, их определяющих, и на определение роли членов организаций при принятии стратегических решений. Отметим, что значение человеческого капитала подчеркивают только несколько школ стратегического менеджмента: это школы обучения, власти, культуры и когнитивная школа.

Идея стратегического управления человеческим капиталом появляется намного позднее, чем основные положения первых школ стратегического планирования. Вопрос о том, какой из факторов внутренней среды вносит наибольший вклад в конкурентоспособность

организации, привел к становлению ресурсно-ориентированного взгляда на сущность компании [232]. Конкурентное преимущество зависит от ценных и редких ресурсов, которые относятся к внутренней среде организации, одним из которых является человеческий капитал как совокупность компетенций и способностей работников. В дальнейшем ресурсно-ориентированный подход во многом определил сферы конвергенции для стратегического мышления и управления человеческими ресурсами.

Проблематика стратегического управления человеческим капиталом охватывается рядом специфических исследований, посвященных, в частности, влиянию частных практик управления человеческими ресурсами на реализацию общей стратегии фирмы и производительность труда в отдельных отраслях.

Первые исследования, посвященные выявлению взаимосвязи между стратегией фирмы и практиками управления человеческими ресурсами, относятся к концу XX века. Дж. Б. Артур в 1994 году на примере тридцати сталелитейных компаний (из 54 существовавших на тот момент в США) подтвердил гипотезу об эффективности реализуемой стратегии в связи с особенностями подходов к регулированию поведения работников и их отношения к работе [233]. Две рассмотренных модели регулирования относились к принципам управления, первая из них ориентировалась на контрольную функцию при сокращении прямых затрат на рабочую силу, вторая – на поддержку лояльности сотрудников, увязывая цели сотрудников и цели организации. Компании, использующие модель лояльности, имели более высокую производительность труда и в два раза меньший уровень текучести, чем использующие альтернативную модель. Таким образом, выбранная стратегия управления персоналом, ассоциируемая с определенной моделью (контроля или лояльности), определяет эффективность инвестирования в человеческий капитал и эффективность стратегии организации в целом.

Положительную устойчивую связь между стратегией управления человеческими ресурсами и эффективностью деятельности ор-

ганизации отмечают и авторы Б. Беккер и Б. Герхардт, их исследование подчеркивает важность разработки стратегии управления человеческим капиталом. В действительности оставался неясным вопрос о том, каким образом должны влиять подходы к управлению человеческими ресурсами на эффективность инвестиций и прибыльность организации в целом, должны ли практики менеджмента сокращать издержки или создавать дополнительную ценность. Использование человеческих ресурсов как рычага стратегического развития должно иметь эффекты как на нижнем уровне организации, так и на общем уровне операционных и стратегических целей [234, с. 780]. Авторы отмечают, что в связи с этим инструментарий управления человеческими ресурсами должен иметь междисциплинарный фокус, использовать достижения психологии, экономики, финансов и стратегического мышления. В работах Б. Беккера и Б. Герхардта также развивается дискуссия об универсальности практик менеджмента, предполагающая возможность обобщения отдельных инструментов управления человеческими ресурсами для их последующего универсального использования. Авторы отмечают, что вероятность репликации отдельных инструментов управления, как правило, зависит от уровня менеджмента и, соответственно, уменьшается со степенью их модификации под условия и бизнес-процессы конкретной фирмы (табл. 2.2), например, универсальный характер может иметь «архитектура» системы управления человеческими ресурсами, то есть руководящие принципы, концепции управления и т.п. [234, с. 786]. Данное положение делает возможным разработку универсальной концепции управления человеческим капиталом.

Дж. Делейни и М. Хьюзлид на выборке предприятий из национального обследования организаций (National Organizations Survey), проводимого в США в начале 1990-х, подтвердили взаимосвязь между прогрессивными практиками управления человеческими ресурсами (влияющими на навыки, мотивацию и характер работы сотрудников) и эффективностью деятельности организации. Однако в ходе данного

исследования не было найдено подтверждение гипотезы о том, что определенные комбинации подходов к управлению человеческими ресурсами влияют на финансовое положение организации [235, с. 959–967].

Таблица 2.2

Возможность репликации инструментов управления человеческими ресурсами в зависимости от уровня менеджмента [234, с. 786]

Концепт	Пример	Инструменты управления и эффекты их применения
I. Стратегический уровень. «Архитектура» системы управления: руководящие принципы	Оценивается эффективность сотрудников	Универсальные
II. Альтернативные направления кадровой политики:	Набор подходов к оценке эффективности, определению стимулирующих выплат, моделей продвижения по карьерной лестнице	Уникальные для ряда организаций
III. Практически-ориентированные процессы	Оценка эффективности по методике 360 градусов, стимулирующие выплаты, основанные на оценке командной работы	Уникальные для определенных альтернатив в кадровой политике

В последующих исследованиях Дж. Делери и Д.Г. Доти выделяют три основания для стратегического управления человеческими ресурсами: они указывают, что существуют универсальные предпосылки (предполагается, что только определенные практики стратегического управления могут повлиять на эффективность работы организации), предпосылки, отмечающие случайность связи определенных практик управления и прибыльности организации, и комплексные предпосылки конфигурации, направленные на выявление уникальных наборов практик управления персоналом, которые наиболее эффективны [236]. Эмпирические данные в большинстве случаев подтвердили гипотезу о том, что организации, увязывающие свою стратегию с практиками управления человеческими ресурсами, имели в среднем на 50% большую рентабельность активов и акционерного капитала [236, с. 826]. В целом, как отмечают авторы, при опре-

деленных стратегических условиях некоторые частные практики управления имеют более значимый и устойчивый эффект, чем другие.

К концу 1990-х годов в зарубежной литературе после достаточных эмпирических подтверждений окончательно формируется понимание о важности стратегического подхода к управлению человеческими ресурсами. Как отмечает М. Хьюзлид, подобный подход объединяет в себе проектирование и внедрение комплекса внутренне совместимых подходов и практик управления, которые обеспечивают воспроизводство человеческого капитала (систематизированные знания сотрудников, навыки и способности) для достижения целей бизнеса [237, с. 172].

Это является фундаментальным основанием для внедрения процесса стратегического управления человеческими ресурсами, и, как следствие, комплекса применяемых практик управления человеческими ресурсами. Поскольку стратегический подход предлагает совершенно иную перспективу управления человеческими ресурсами, то на смену техническому подходу к управлению персоналом, когда предприятие рассматривается как организация, развивающая свою деятельность в социальной институциональной среде, главной заинтересованной стороной в которой является акционер, приходит стратегическая перспектива [237]. Стратегический подход заключается в активизации несколько более рискованных с точки зрения традиционного подхода инновационных процессов внутри организации, которые повышают конкурентоспособность организации, но в то же время повышают неопределенность [237, с. 172]. Если технический подход включал такие инструменты, как набор, отбор, измерение эффективности персонала, обучение и управление вознаграждениями, то стратегический в большей степени сфокусирован на проектировании командной работы, повышении гибкости рабочей силы, децентрализации управления и управлении талантами в целях осуществления конкурентных стратегий [237, с. 173]. Естественно, что именно в такой среде возможно формирование технологических иннова-

ций и проведение технологической модернизации, ведущей к развитию ключевых отраслей, воспроизводящих критические технологии, составляющие основу пятого и шестого технологического укладов, однако, что не следует забывать, приносит дополнительный риск неуправляемости и анархии.

Указанная смена парадигмы в управлении организацией, относимая к периоду 1990-х годов, привела к дальнейшему пересмотру роли человеческих ресурсов в деятельности организации. На первый план выходит идея о существовании «неосязаемых» активов, а затем и интеллектуального капитала компании, при этом человеческий капитал является его ключевым элементом. Введенное понятие интеллектуального капитала позволило по-новому интерпретировать состав ключевых ресурсов организации, выдвинув на первое место интеллектуальные, когнитивные способности работников, подкрепленные нелинейными социальными взаимодействиями в новых технологических условиях, и, как следствие, использовать стратегический подход, увеличивающий эффективность социальной ответственности предприятия.

Рост эффективности социальной ответственности предприятия связан с качественными изменениями, произошедшими в обосновании подходов к управлению персоналом. Указанные изменения относятся, прежде всего, к преодолению восприятия человеческих ресурсов как затратного фактора, подкрепляемого тезисом об инвестировании в человека, точнее – в персонал организации. Социальная ответственность предприятия становится выгодной для него, так как непрерывное развитие сотрудника есть результат (отдача) от инвестиций в него, прежде всего в его интеллектуальное развитие, является одним из основных направлений в современном менеджменте человеческих ресурсов. Проблемам собственно управления человеческим капиталом компаний в составе их совокупного интеллектуального капитала посвящены исследования американских экономистов и практиков менеджмента Н. Бонтса [238], Т.У. Малоуна, С. Пайка,

Г. Русса, Л. Фернстром, Я. Фиценца, Дж Филлипса [239, 213]. В данный период исследователями интеллектуального капитала компаний развивалось отмеченное выше направление универсализации практик управления в рамках так называемого бенчмаркинга человеческого капитала, ставшего особенно актуальным в начале 2000-х. Поскольку они в значительной степени осуществлены учеными из США и Европы, естественно было бы предположить, что в большинстве случаев предложенный инструментарий управления работает в жестких конкурентных условиях развитых стран и регионов.

Повышение роли человеческих ресурсов в организации видится, в частности, не только в социальной ответственности, но и в концепции управления качеством, ставшей актуальной в последнее время. Последнее означает то, что сохранение организации в современном стратегическом менеджменте и инвестирование в человеческий капитал в значительной мере коррелирует с удовлетворением всех заинтересованных сторон. В отличие от технического подхода к управлению персоналом, постулирующего, что главной заинтересованной стороной являются исключительно акционеры, стейкхолдерская концепция выдвигает на значимые места самих работников наряду с акционерами, а также жителей региона, перед которыми компания также несет социальную ответственность (стейкхолдерская синтетическая концепция управления).

Инвестиционный подход в рамках стейкхолдерской концепции управления предполагает получение отдачи от инвестиций при трансформации финансовых ресурсов организации в ее человеческий капитал посредством организационного обучения, а также создания положительного имиджа у общества, положительно оценивающего стремление организации повысить интеллектуальный уровень своих работников. Подобный подход невозможен без включения параметров развития человеческого капитала в процесс стратегического управления организацией, измерение эффективности подобных параметров является отдельной аналитической задачей.

В отечественной теории и практике управления человеческими ресурсами сложились несколько отличные от рассмотренных выше подходы, несущие отпечаток советской системы планирования и управления кадрами, хотя и подвергающиеся существенной трансформации в последнее время. В плане стратегического управления человеческие ресурсы получают высокую оценку; так, например, О.С. Виханский отмечает, что стратегическое управление «опирается на человеческий потенциал как основу организации» [224, с. 32], при этом целью такого управления является обеспечение выживания организации в долгосрочной перспективе. Кадровая политика – это подход к стратегическому управлению человеческими ресурсами, наиболее распространенный и в целом типичный для России. По общепринятому представлению, кадровая стратегия или стратегия управления персоналом относятся к классу функциональных стратегий, определяющих особенности деятельности организации по «работе с персоналом». Обзор некоторых отечественных исследований, посвященных проблемам выработки кадровой политики организаций, выявил ряд недостатков в традиционных, общепринятых подходах к развитию персонала и планированию человеческих ресурсов на отечественных предприятиях.

Во-первых, идентификация функций управления персоналом, относимых к верхнему, стратегическому уровню управления, позволяет сделать вывод об отсутствии в современной отечественной литературе единого подхода к определению стратегических направлений деятельности организаций, относимых к категории человеческих ресурсов. Например, С.В. Ковалев выделяет восемь процессов верхнего уровня по управлению персоналом, среди них выделим планирование данных для бизнес-планирования, обучение, развитие и поддержку персонала, мотивирование, обмен информацией и социальное обеспечение [240, с. 262]. А.Л. Жуков выделяет порядка десяти процессов верхнего уровня, определяя качественные характеристики каждого из них, в частности, автор акцентирует внимание на выра-

ботке кадровой политики и планировании персонала [241, с. 19–24]. Ю.В. Одегов и Т.В. Никонова выделяют два глобальных процесса в «системе использования персонала» – это использование персонала в соответствии со структурой организации и достижение рациональной степени мобильности, каждый них разбивается на три локальных направления [242, с. 137]. Все указанные работы содержат в себе идею развития человеческих ресурсов посредством обучения, однако она реализуется скорее с позиций указанного выше технического подхода к управлению человеческими ресурсами.

Во-вторых, предполагается, что кадровая политика интегрирована и должна соотноситься как с внутренними целями в управлении организацией, то есть со стратегическим видением, миссией и другими функциональными стратегиями, так и с отраслевыми, региональными концепциями развития. Как правило, подход к разработке и реализации кадровых стратегий в российской теории и практике управления представляется фундаментом для реализации национальной стратегии долгосрочного социально-экономического развития. Исследователь Н.А. Белобородова отмечает, что кадровые стратегии носят конкретный характер и представляют собой систему целей и задач, являются основным элементом и механизмом кадровой политики на региональном и организационном уровне [243, с. 16]. Кадровая стратегия предприятия рассматривается автором как элемент вертикально интегрированной структуры управления человеческими ресурсами в государственном масштабе, что предполагает приоритет государственного регулирования в региональном взаимодействии работодателей. Предполагается, что подобный подход вносит детерминированность в процесс координации усилий различных заинтересованных сторон при формировании сценариев устойчивого развития в различных регионах страны. Такая кадровая политика особенно актуальна на крупных промышленных предприятиях, ведущих деятельность в малодиверсифицированных районах или го-

родах, она определяется особенностями территориального регулирования, основанного на воздействии региональных нормативных актов и отраслевых соглашений. Для системы управления персоналом на подобных предприятиях характерны следующие особенности: реализацией основных функций занимаются отделы кадров, обучения и подготовки, а также отдел социальных программ. Отделы кадров традиционно занимаются регламентацией отбора персонала и организацией документооборота (так называемое кадровое делопроизводство), отделы обучения персонала ведут подбор кандидатов для обучения и ответственны за обоснование финансирования обучения, а отделы социальных программ координируют и реализуют различные программы по социальному и медицинскому страхованию, обеспечивают выплаты компенсаций и подготовку социальных проектов.

В-третьих, при разработке кадровой политики значимым аспектом является декларирование стратегии управления и доведение до сотрудников ценностей, заложенных в стратегических установках. Л.М. Забирова отмечает необходимость формализации кадровой политики, полагая, что последняя существует при наличии кадровой стратегии, разработанной и существующей в форме документа, вносящего единообразие в процесс принятия решений и четко выражающего позицию руководства компании по поводу кадровой концепции [244]. В теории формирование и регламентация кадровой политики, как правило, позволяет повысить мотивацию персонала, обеспечить его полноценное вовлечение в деятельность организации.

Отметим, что обзор отечественной учебной и научно-исследовательской литературы по тематике социальной ответственности предприятий в рамках реализуемого стратегического управления персоналом организации привел к заключению о существовании множества концепций и представлений о направлениях в управлении человеческими ресурсами и их взаимосвязью. Остановимся кратко на некоторых выявленных проблемах.

Во-первых, в работах недостаточно обоснованы элементы и сущность кадровой политики в условиях изменения внешней среды. Зачастую работы, посвященные стратегическому управлению человеческими ресурсами, акцентируют внимание на различного рода демографических прогнозах и общем фактическом состоянии рынка труда, упуская при этом оценку стратегической перспективы. Институциональная среда, в которой функционирует предприятие, как показывают теоретические представления, оказывается гораздо более сложной, чем модели, учитывающие внешнюю среду, используемые для стратегического управления. Выделение ключевых элементов внешней среды, определяющих конкурентоспособность человеческого капитала, является аналитической задачей, в ходе решения которой применяются как рациональные, так и интуитивные предположения, в частности, относящиеся к системе образования (включая в российских условиях среднее и высшее профессиональное образование).

Во-вторых, в российских условиях наблюдается декларативность стратегического управления человеческими ресурсами, процесс стратегического управления зачастую ограничивается разработкой и формализацией элементов стратегического управления только в виде стратегических планов. Реализация планов – это обязательное условие стратегического управления, одно из важнейших условий, определяющих успех разработанной кадровой политики и его рефлексии. Рефлексия определяется как способность осознания той или иной проблемы, стратегическое мышление оперирует, как правило, значительным объемом заданной информации, в которой рефлексивное мышление в условиях неопределенности выделяет различного рода сигналы к изменению стратегии. На наш взгляд, такое мышление наряду с информационным обеспечением важно при оценке слабых сигналов (по определению И. Ансоффа [245]), когда неопределенность внешней среды устраняется посредством выявления и анализа наблюдаемых изменений.

В-третьих, констатируется слабое осознание значимости инвестиционного подхода в процессе формирования человеческого капитала, поскольку компании не склонны оценивать уровень человеческого капитала и последствия его потерь. Предприятия также редко используют определенные стратегии при разработке отдельных инвестиционных мероприятий по обучению и социальной ответственности.

В-четвертых, существует множественность частных подходов, методов управления персоналом, которые часто не имеют строго научного обоснования и поэтому базируются на произвольных эмпирических представлениях руководства о «правильном» стиле управления без выделения приоритетов в рамках целостного рассмотрения системы управления предприятием. Например, работа по мотивации персонала, составляющая основу процесса вовлечения человеческого капитала, как правило, ведется отдельно от реализации процессов обучения и развития, таким образом, нарушается системность управления человеческим капиталом, приводящая к снижению эффективности инвестиций в его формирование.

Указанные проблемы приводят нас к необходимости решения проблемы достижения синтеза теории человеческого капитала и стратегического управления в единой концепции стратегического управления человеческим капиталом, являющейся основой для реализации частных практик управления человеческим капиталом на предприятии, способствующей достижения эффективной социальной ответственности предприятия. Анализ различных школ стратегического планирования, подходов к стратегическому планированию человеческих ресурсов за рубежом и в отечественных условиях позволил нам выделить некоторые свойства, неотъемлемые характеристики, определяющие сущность стратегического управления, необходимые нам для дальнейшего синтеза концепции стратегического управления человеческим капиталом (табл. 2.3).

Таблица 2.3

Характеристики стратегического управления человеческим капиталом, необходимые для достижения эффективной социальной ответственности предприятия

Характеристики стратегического управления	Описание
Временная протяженность	Время является ценным ресурсом организации, эффективное распределение которого между отдельными направлениями деятельности организации обеспечивает единое стратегическое видение, заключается в планировании развития организации.
Пространственная масштабность	Стратегическим управлением охватываются все элементы внутренней среды организации на основе идентификации и прогнозирования параметров внешней среды организации, существенно влияющие на ее конкурентоспособность и эффективность.
Рациональность	Стратегическое управление осуществляется на основе рациональных методологий, базирующихся на принципах эффективности отдельных процессов, понятие эффективности опирается на принцип оптимизации.
Рефлексивность	Рациональное стратегическое управление базируется на последовательном восприятии проблемы, исходя из анализа внутренней и внешней среды. Внешняя среда в рамках стратегического управления представляет собой комплексный набор переменных, значимость которых в зависимости от степени неопределенности оценивается на основе когнитивных аналитических способностей управленцев, однако при расширении масштабов рассматриваемой внешней среды посылки к рациональному анализу в большей степени подменяются на интуитивные элементы мышления, а именно способность интуитивного обобщения значительного объема информации о внешней среде.
Системность	Использование в процессе стратегического управления предполагает использование системы взаимосвязанных элементов внутренней и внешней среды, определяемой условиями институционального развития. В ходе управления необходима ориентация на набор рациональных и рефлексивных принципов, отражающих фундаментальные закономерности развития отдельных элементов и процессов организации.

В основе подхода, синтезирующего стратегическое управление и теорию человеческого капитала, лежат следующие положения:

1. Стратегическое управление человеческим капиталом ориентировано на выявление текущих и прогнозируемых долгосрочных

изменений в качественных параметрах человеческого капитала, определяемых внешней институциональной средой. Подобные изменения в системе образования, здравоохранения и социального обеспечения, а также технологические изменения определяют конкурентоспособность человеческого капитала в долгосрочной перспективе.

2. Предприятие определяет необходимое качество человеческого капитала, необходимое для ресурсного обеспечения имеющейся стратегии развития, выбирает ту или иную стратегию инвестирования, обеспечивающую подобное качество, и инвестирует в рамках выбранной стратегии по трем направлениям: образовательный капитал, социальный капитал и капитал здоровья. В зависимости от выбранной стратегии инвестирования компания использует различные инструменты для определения сигналов внешней среды, определяющих силу влияния.

3. Инвестирование осуществляется в течение всего пребывания сотрудника в организации, при этом существуют три уровня человеческого капитала: во-первых, это поток входящего человеческого капитала, во-вторых, накопленный человеческий капитал и, в-третьих, это поток выходящего человеческого капитала, рассматриваемый как прямые потери специфического человеческого капитала.

4. Стратегическое управление ориентируется на два принципиальных направления: организационное обучение и вовлечение сотрудников и их трансформированного в ходе обучения человеческого капитала в деятельность организации. Организационное обучение отражает потенциал повышения стоимости человеческого капитала предприятия, а степень вовлечения сотрудников обуславливает эффективность использования и развития человеческого капитала предприятия.

5. Стратегическое управление человеческим капиталом рассматривается в контексте системы управления интеллектуальным капиталом организации. В данной системе человеческий капитал является центральным элементом, определяющим конкурентоспособность организации в долгосрочной перспективе, а трансформация

человеческого капитала происходит в устойчивую форму, то есть, структурный капитал проводится посредством управления знаниями.

6. Потенциал стратегического управления человеческим капиталом во многом обусловлен степенью институциональной интеграции стратегии инвестирования в человеческий капитал организации и политикой взаимодействия с институтами, формирующими человеческий капитал во внешней среде. Стратегическое управление ориентируется на взаимовыгодное в долгосрочной перспективе сотрудничество с институтами системы образования, в частности, с учреждениями высшего профессионального образования как важнейшими научно-исследовательскими центрами, формирующими человеческий капитал. Кроме того, стратегическое управление должно рассматривать принципы, заложенные в национальных и региональных стратегиях развития.

7. Сотрудник организации рассматривается как стратегический партнер в долгосрочной перспективе, от эффективности вовлечения индивидуального человеческого капитала которого зависит реализация стратегии развития всего предприятия.

Далее приведена структурная схема процесса стратегического управления человеческим капиталом (рис. 2.4). Предложенный подход может использоваться при формулировании принципов стратегического управления человеческим капиталом, при построении моделей подобного стратегического управления, предполагающих полноценное взаимодействие предприятия с контрагентами на рынке человеческого капитала, и обосновании выбора стратегии инвестирования в человеческий капитал, направленной на сохранение и преумножение интеллектуального капитала предприятия.

Таким образом, исследование процесса становления теории человеческого капитала в зарубежной экономической мысли, применения ее в контексте российских экономических исследований и формулирование концепции стратегического управления человеческим капиталом промышленного предприятия позволило сделать ряд следующих выводов.



Рис. 2.4. Структурная схема процесса стратегического управления человеческим капиталом

Во-первых, инвестиции в человеческий капитал являются ведущим фактором, определяющим интенсивность экономического роста на национальном уровне. Человеческий капитал представляет собой запас приобретенных знаний, умений и навыков индивидов, являющийся результатом инвестирования в образование, здравоохранение и социальную сферу и непосредственно связанный с личностью, приносящий своим обладателям в результате их взаимодействий на рынке труда и участия их в рабочей силе доход в виде превышения заработков, полученных в результате инвестирования. Величина накопленного человеческого капитала определяет характер перераспределения времени индивидов между различными видами занятий.

Во-вторых, эмпирические исследования показывают ведущую роль высшего образования в формировании человеческого капитала, обеспечивая максимальный уровень индивидуальной отдачи от инвестиций в человеческий капитал, причем на данный показатель в меньшей степени, чем на физический капитал, влияет экономическая стагнация и негативные последствия транзитивных периодов в развитии экономики, характеризующихся масштабной дестабилизацией в национальном воспроизводстве капитала всех видов. Образование в данном случае является ключевым инструментом, обеспечивающим трансформацию финансового капитала в человеческий капитал на всех экономических уровнях, причем повышение уровня образования приводит к росту заработков в течение всей жизни, и в этой связи непосредственно связано с социальной ответственностью предприятий.

В-третьих, формирование человеческого капитала на региональном уровне имеет ряд существенных особенностей, поскольку происходит в условиях двух трансформаций: с одной стороны, это рыночные преобразования, импульс которых заложен в начале 1990-х годов, с другой стороны, это ставшая актуальной в последнее десятилетие реиндустриализация, связанная с технологической модернизацией и необходимостью повышения конкурентоспособности ре-

гиона. Поэтому при разработке модели стратегического управления человеческим капиталом промышленного предприятия необходимо учитывать проблематику этих двух экономических трансформаций.

В-четвертых, обзор научно-исследовательских работ, посвященных анализу процессов формирования человеческого капитала в современных российских условиях, показал наличие ряда проблем, связанных с низкой эффективностью использования человеческого капитала в российской экономике и низким качеством человеческого капитала, воспроизводимого системой профессионального образования в России, что требует уточнения качественных и количественных характеристик человеческого капитала, определяющих его современное состояние и используемых в моделях стратегического управления.

В-пятых, человеческий капитал воспринимается как ключевой ресурс промышленного предприятия, определяющий в современных условиях его конкурентоспособность и в целом имеющий стратегическое значение для промышленных предприятий. В условиях технологической модернизации, являющейся приоритетной областью инвестирования в человеческий капитал на государственном уровне, планирование качества необходимого для развития промышленности человеческого капитала в условиях изменения внешней среды становится важнейшей задачей стратегического управления предприятием. Программы в области инвестирования в человеческий капитал на различных уровнях должны быть интегрированы с проектами технологической модернизации и прямо отражать потребности модернизируемых производств в инвестициях в изменение качества рабочей силы.

В ходе определения свойств человеческого капитала как неотъемлемых качеств изучаемого объекта и свойств стратегического управления необходимо использовать синтетический подход к стратегическому управлению человеческим капиталом предприятия, заключающийся в исследовании комплекса институциональных элементов

внешней среды, относимых, во-первых, к сферам технологических изменений в условиях модернизации российской экономики, во-вторых, к системе профессионального образования как важнейшему инструменту трансформации финансовых ресурсов в национальный человеческий капитал, в-третьих, к рынку труда как институту сбалансированного распределения человеческого капитала в экономике и, в-четвертых, к системе здравоохранения и социального обеспечения, определяющих человеческий потенциал в долгосрочной перспективе.

Исходя из элементарного анализа средней заработной платы, можно сделать вывод о неравномерности распределения заработных плат в территориальном разрезе. Последнее говорит о высокой эффективности инвестиций в мобильность индивидуального человеческого капитала, заключающуюся в поиске работы в регионах, обладающих адекватной инфраструктурой, способной получить максимальную отдачу от реализации собственных знаний, умений и навыков на рынке труда. Причинами наблюдаемой территориальной дифференциации могут быть, с одной стороны, большая концентрация капитала и фокусирование финансовых потоков, способствующих развитию локального рынка труда и делающих его более конкурентным, – подобная ситуация наблюдается, например, в Московской и Ленинградской областях (в них территориальные «премии» к заработной плате при прочих равных условиях составляют от 20 до 70%). Помимо высокой степени концентрации капитала, данные регионы обладают, как правило, развитой институциональной средой, способствующей повышению отдачи от человеческого капитала. С другой стороны, существуют регионы, благополучные в отношении среднего уровня заработных плат, но при этом имеющие повышенные значения районных коэффициентов и значительный объем доходов от реализации продуктов с низкой добавленной стоимостью, например, углеводородного сырья (из рассмотренных к ним относится республика Коми). Подобная ситуация обеспечивает сравнительно высокие значения ключевых индикаторов состояния ре-

гионального рынка труда, однако затрудняет процессы создания высокотехнологичных рабочих мест.

Для целей более углубленного анализа на основании показателя средней территориальной премии в период с 2006 по 2012 годы мы разделили регионы на четыре категории: в первую включали весьма благополучные (средняя региональная премия 25% и более), благополучные (премия составляет от 0 до 25%), неблагоприятные (отрицательная премия до 25%) и депрессивные (отрицательная премия ниже 25%).

В табл. 2.4 приведены данные об отдаче от образования для различных категорий регионов.

Таблица 2.4

Распределение отдачи от образования по изученным регионам с 2006 по 2012 годы, % на каждый год формального обучения

Категория региона по уровню заработных плат	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Весьма благополучные	6,8	6,6	8,1	7,4	6,7	6,6	7,2
Благополучные	6,8	5,3	6,0	6,5	5,7	6,2	9,7
Неблагополучные	4,9	5,6	7,4	7,1	6,5	7,0	8,1
Депрессивные	7,7	7,2	8,3	8,7	6,0	8,1	7,8

Одна из прослеживаемых закономерностей связана с уровнем накопленных лет образования (табл. 2.5): с понижением категории региона данный показатель равномерно снижается, разрыв в данном показателе для крайних категорий составляет до 0,6 лет (в 2012 году).

Таблица 2.5

Распределение числа накопленных лет образования по изученным регионам, лет на одного занятого

Категория региона по уровню заработных плат	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Весьма благополучные	13,2	13,0	13,1	13,1	13,1	13,2	13,2
Благополучные	13,1	13,1	13,2	13,2	13,2	13,1	13,1
Неблагополучные	12,8	12,9	13,1	13,1	12,9	12,9	12,8
Депрессивные	12,6	12,8	12,9	12,9	12,8	12,8	12,7

Наибольшее отрицательное влияние на экспортноориентированные отрасли в плане уровня оплаты труда, прежде всего нефтега-

зовую, оказали последствия мирового экономического кризиса: как видно в сравнительном анализе по первой модели, снижение заработных плат составило более чем 15% в 2008 году по сравнению с предыдущим годом и порядка 10% в 2009 году. Данные отрасли, как правило, нечувствительны к потере накопленного человеческого капитала, и ситуация в них в большей степени зависит от конъюнктуры мировых рынков. В разные годы в некоторых из рассмотренных отраслей прослеживаются отрицательные премии к средней заработной плате – это, прежде всего, гражданское машиностроение и военно-промышленный комплекс.

В табл. 2.6 приведены сведения о средневзвешенном показателе накопленных лет образования для отраслей промышленности, из которой видно, что военно-промышленный комплекс использует накопленный человеческий капитал наименее эффективно, уровень заработных плат в отрасли невысокий, так же как и уровень отдачи от накопленного образования. Признаки неэффективного использования человеческого капитала также прослеживаются в послекризисные годы в нефтегазовой промышленности. Стабильно низкую отдачу от человеческого капитала получают работники тяжелого машиностроения, в последние годы она не превышает 4,7%.

Таблица 2.6

Распределение числа накопленных лет образования для различных отраслей промышленности, лет на одного занятого

Отрасли промышленности	2012	2011	2010	2009
Легкая промышленность	12,4	12,7	12,7	12,6
Гражданское машиностроение	12,9	13,1	13,0	13,0
Военно-промышленный комплекс	13,4	13,4	13,3	13,4
Нефтегазовая промышленность	13,1	13,4	13,3	13,4
Тяжелое машиностроение	12,6	12,7	12,7	12,8
Энергетическая промышленность	13,1	13,5	13,6	13,0

Большинство занятых в военно-промышленном комплексе избыточно инвестируют в индивидуальный человеческий капитал, что видно из стабильно высокого уровня формального образования, в то время как человеческий капитал в легкой промышленности и гражданском машиностроении недоиспользуется.

3. ФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА

3.1. Методические подходы к оценке эффективности социальной ответственности организаций

Корпоративная социальная политика должна быть организована таким образом, чтобы характеристики эффективности на каждом из уровней анализа не вступали в противоречие, а дополняли друг друга. Например, достижение сиюминутных целей проекта не должно негативно сказываться на долговременной перспективе позиций и репутации компании, идти вразрез со стратегией ее развития [58, с. 124].

Особый интерес, по мнению Г.Л. Тульчинского, представляет возможность сравнения степени социальной ответственности различных компаний. Как можно сравнивать компании разного профиля деятельности и разного масштаба? В каждой сфере деятельности свои характеристики результатов, свои принципы организации [58, с. 124].

Экспертами России и других стран постоянно предпринимаются попытки выработки таких оценочных показателей. Чаще всего это предполагает проведение специальных исследований на самом предприятии и вне его, то есть влечет за собой существенные организационные и кадровые затраты, что затрудняет применение методики к широкому кругу предприятий и организаций. Задача, таким образом, состоит в создании методики, соответствующей уже наработанному опыту, с одной стороны, а с другой – открывающей возможности оценки и самооценки на основе стандартных данных учета и отчетности. На этой основе могут быть разработаны упрощенные формы социальной отчетности и социального аудита предприятий малого и среднего бизнеса, а также отраслевые и региональные методики оценки эффективности социальных инвестиций и социального партнерства [58, с. 125].

Как отмечает Г.Л. Тульчинский, в современных условиях стоит острая проблема в выработке конкретной технологии (методики и процедур) оценки эффективности социальной политики, прежде всего – корпоративной. Ситуация усугубляется многовекторностью и разнообразием форм социальных инвестиций и социального партнерства, комплексным характером самой проблемы эффективности социальной ответственности организаций [58, с. 123].

Во-первых, это различие содержания социальных инвестиций в зависимости от их направленности. Социальные инвестиции могут быть направлены на [58, с. 123]:

- внутреннюю среду компании, включая вложения в человеческий капитал (рост компетентности работников, охрану труда, технику безопасности, развитие корпоративной культуры и т.д.);
- внешнюю среду компании: благоустройство, охрану окружающей среды, социальную поддержку и защиту некоторых групп населения, поддержку и развитие здравоохранения, образования, культуры и искусства, конфессиональной деятельности, здорового образа жизни.

Г.Л. Тульчинский считает, что перечень таких направлений не просто широк, а весьма специфичен применительно к местным условиям и особенностям [58, с. 123].

Во-вторых, весьма неоднозначен сам характер оценки. Эффективность социальных инвестиций и социального партнерства может оцениваться, по мнению Г.Л. Тульчинского, как минимум с двух основных позиций [58, с. 123]:

- как эффективность для общества. Тогда это совокупность ранее недоступных благ, количество людей их получивших (это затраты на инвестиции);
- как эффективность для бизнеса – что эти затраты дали развитию самого бизнеса (достижение большей известности, динамика общественного мнения, рост финансовых показателей, капитализации).

В-третьих, надо отдавать отчет в комплексном характере самого концепта «эффективность». Г.Л. Тульчинский различает два вида эффективности [58, с. 124]:

- результативность – отношение полученного результата к поставленной цели: та деятельность более эффективна, в которой результаты в наибольшей степени реализуют цели (желаемые результаты);
- экономичность – отношение результатов к затратам ресурсов: та деятельность более эффективна, которая позволяет получить тот же результат с меньшими затратами.

Уже из такого предварительного рассмотрения видов и направлений оценки эффективности социальной политики видно, насколько это многомерная, комплексная и даже междисциплинарная проблема. Так, если эффективность как экономичность – вопрос, требующий преимущественно экономической компетентности, то оценка эффективности как результативности, а тем более – как целесообразности, включает в себя социологическую и политологическую аналитики [58, с. 124].

Наконец, в-четвертых, по мнению Г.Л. Тульчинского, следует различать уровни реализации и оценки эффективности корпоративной социальной политики на уровне ее конкретного направления (а то и мероприятий), компании и региона [58, с. 124].

Научно-методическая задача, по мнению Г.Л. Тульчинского, заключается в выявлении корреляций между объемами (затратами) внутренних социальных инвестиций (по различным направлениям) и показателями производительности труда, конечными показателями деловой активности (прибыль, рентабельность, капитализация), а также объемами (затратами) внешних социальных инвестиций (по различным направлениям) и показателями реализации, нематериальных активов, конечными показателями деловой активности [58, с. 125].

Г.Л. Тульчинский выделяет три основных подхода, связанные с соответствующими моделями оценки эффективности социальных инвестиций [58, с. 125]:

1. Оценка эффективности с точки зрения динамики роста социальных инвестиций и развития социального партнерства. Достоинства такого подхода очевидны: он направлен на стимулирование объемов затрат на корпоративную социальную политику. Не менее очевидны и слабости этого подхода. Рост социальных инвестиций может быть неоправданным, вектор этих инвестиций может не соответствовать реальным социальным проблемам развития компании и региона.

2. Оценка эффективности как сопоставление со средними показателями затрат на внутренние и внешние социальные инвестиции, социальное партнерство. Достоинства и недостатки такого подхода также очевидны и хорошо известны любому, кто сталкивался с нормами и нормативами, разработанными «по среднему». Такие нормативы крайне желательны для любого лица, принимающего решения, поскольку дают важные ориентиры. Да и сама процедура оценки достаточно упрощается: пропорцией выше и ниже норматива. Но этот подход, к сожалению, закрепляет сложившуюся (возможно, не оптимальную) практику, не давая целевых ориентиров на решение реальных проблем социального развития.

3. Разработка оптимальных (целевых) нормативных показателей внутренних и внешних социальных инвестиций и оценка эффективности как сопоставление с этими показателями. Такой подход предполагает разработку процедуры выявления приоритетных проблем и задач социального развития (в том числе применительно к конкретному региону, месту), другими словами – процедуру и механизм выработки некоего социального заказа.

Разделяя точку зрения Г.Л. Тульчинского, мы видим, что наиболее полным и комплексным решением является третий подход. Однако в зависимости от конкретной ситуации, задач вполне оправданным является применение и подходов 1 и 2. Более того, второй и третий подходы предполагают накопление достаточно обширных первичных материалов, на основе обработки которых только и воз-

можно выработка средних, а, тем более, целевых нормативных показателей. И основу накопления такой информации может дать подход 1 [58, с. 126].

С учетом упомянутых выше подходов Г.Л. Тульчинским был предложен путь реализации оценки эффективности социальных инвестиций и социального партнерства в три этапа (по мере наработки и расширения базы данных) [58, с. 126]:

I этап – оценка эффективности на основе динамики затрат на внутренние и внешние социальные инвестиции, социальное партнерство;

II этап – выявление средних показателей по основным направлениям (векторам) социальных инвестиций и социального партнерства. Причем желателен выход к таким показателям с учетом региональных и отраслевых особенностей деловой активности и социального развития;

III этап – выявление целевых нормативов и разработка механизма их уточнения и развития на основе процедуры выработки, принятия и обеспечения реализации социального заказа на решение приоритетных проблем социального развития.

На первом этапе применяется система показателей, характеризующих социальные инвестиции и социальное партнерство, интегрированных в зависимости от двух факторов. Во-первых, в зависимости от направления соответствующих затрат (внутренние и внешние). Во-вторых, в зависимости от того, в чьих интересах, с чьей позиции оценивается эффективность, – самого бизнеса или общества. Г.Л. Тульчинский различает четыре основные группы показателей эффективности социальных инвестиций и социального партнерства [58, с. 127]:

– «Забота» – внутренние социальные инвестиции, оцениваемые с социальной позиции: социальные инвестиции в человеческий капитал, включая затраты на рост компетентности работников, охрану их труда и здоровья, развитие корпоративной культуры;

– «Добросовестность» – внутренние инвестиции, оцениваемые с позиций самого бизнеса: социальные инвестиции в развитие отношений с потребителями, партнерами, инвесторами, кредиторами, конкурентами;

– «Сопричастность» – внешние социальные инвестиции, оцениваемые с позиций внешней социальной среды: социальные инвестиции в развитие материальной среды (экология, благоустройство, ЖКХ), а также социальное и гуманитарное развитие (здравоохранение, культура и искусство, образование, конфессиональная деятельность, спорт, здоровый образ жизни и т.п.);

– «Успех» – внешние социальные инвестиции и социальное партнерство, оцениваемые с точки зрения бизнеса: рост его известности, признания и уважения, стабильность и развитие итоговых экономических показателей.

Обобщение полученных данных позволило сделать вывод о постепенности освоения бизнесом соответствующих векторов социальных инвестиций и социального партнерства: от вложений в человеческий капитал к выстраиванию эффективного социального партнерства в рыночной среде с выходом за ее пределы – реальный путь к окончательному успеху, выражаемому в конечных показателях деловой активности [58, с. 128].

Переход от I этапа к этапу II и от него – к этапу III обусловлен накоплением существенной информационной базы данных, необходимой для анализа и выявления корреляций [58, с. 129].

Основными методами исследования в экономике являются методы общенаучные и частные. К общенаучным методам относятся метод диалектики, метод материалистического подхода к изучению экономических процессов, метод абстракции, метод сочетания исторического и логического подходов. К частным методам относятся метод анализа, методы индукции и дедукции, сравнения, аналогии, математические методы, метод экономико-математического модели-

рования, статистические методы. Методы статистики могут использоваться и при изучении социальной ответственности бизнеса.

Социальная статистика представляет собой одно из важнейших приложений статистического метода. Применение методов статистического исследования для оценки социальной ответственности компаний позволяет выявить социальные индикаторы тех или иных процессов, оценить их устойчивость и изменчивость.

В международной практике используется набор инструментов оценки социальной ответственности бизнеса: социальные отчеты и социальные рейтинги.

О.Э. Башина, А.А. Спирин под *отчетностью* понимают организованную форму статистического наблюдения, при которой сведения поступают в виде обязательных отчетов в определенные сроки и по утвержденным формам [24, с. 28].

Социальная отчетность аналогична финансовой отчетности и также предполагает проведение внешних проверок, внутреннего аудита, составление и публикацию отчетов в соответствии с определенными стандартами. Согласно классическому определению аналитиков британского исследовательского центра «New Economics Foundation» (NEF), «социальная отчетность – всеобъемлющий процесс, который создает основу для постоянного мониторинга, оценки и объявления результатов перед заинтересованными сторонами в отношении социальных, экологических и экономических ценностей» [29].

Впервые проект социальной отчетности перед обществом был внедрен в начале 90-х годов рядом таких компаний, как «The Body Shop», «Ben&Jerry's» и «Van City». Методология разработана в Великобритании, и сегодня этот процесс используют все больше и больше международных компаний – от британской «Camelot» (распространитель национальной лотереи) до транснационального нефтяного концерна «Shell». Социальные отчеты публикуют «British Petroleum», «British Telecom», «GlaxoSmithKline», «Unilever».

По мнению И.А. Минина, социальный отчет для компании – это возможность рассказать общественности о своих достижениях и о том, насколько они соотносятся с международными стандартами. Это не просто формальный ежегодный отчет, а процесс, призванный гарантировать ведение компанией бизнеса в соответствии с ожиданиями общества. Составляющей любого социального отчета является внешний контроль, главная цель которого – обеспечение доверия и законности составления отчетности через объективную оценку переданной информации и соблюдение необходимых требований [30].

С точки зрения И.А. Минина, одной из важнейших стратегических задач публикации социальной отчетности является признание компании социально ответственной. Компании, разработавшие и внедрившие внутренние кодексы корпоративного поведения, стремятся наладить сотрудничество, выслушать партнеров, продемонстрировать ответственное поведение [30].

Первым шагом для российского бизнеса в вопросе формирования социальной отчетности стали рекомендации Федеральной службы по финансовым рынкам (ФКЦБ) России о внедрении Кодекса корпоративного поведения и раскрытие в годовом отчете информации о выполнении положений Кодекса корпоративного поведения [31].

Для того чтобы проанализировать эффективность существующих стандартов социальной ответственности применительно к оценке, управлению и представлению отчетности по результатам деятельности компаний в области КСО, выделим эти стандарты и рассмотрим их с точки зрения их функционального назначения [19, с. 75].

Очень важно иметь представление о том, как стандарты применяются на практике и какие функциональные области они охватывают. В работе [19, с. 75] приведен список наиболее распространенных стандартов в сфере КСО, в соответствии с их географическим распространением, возможностью использования различными компаниями, отраслевой представительностью и особенностью бизнес-процессов.

Стандарты также можно разбить на категории в зависимости от их целевой функции или той степени, в которой они [19, с. 75]:

- устанавливают связь между бизнесом и его устойчивыми показателями деятельности (например, DJSI, FTSE4Good);
- предоставляют бизнесу возможность улучшить внутренние процессы, связанные с деятельностью в сфере социальной ответственности (например, BBC, AA1000S, EFQM);
- определяют количественный результат или формат для раскрытия информации (например, GRI);
- создают видимые сигналы, которые позволяют компаниям посредством сертификации и верификации устанавливать прочные, основанные на доверии отношения с различными группами пользователей (например, AA1000S, FCS, SA8000).

Так, например, GRI – это разновидность стандарта, ориентированного на конечный результат. В данном случае под конечным результатом следует понимать процесс определения областей социальной ответственности и подготовки управленческой отчетности по заданным стандартом устойчивым показателям деятельности. В другой разновидности стандартов заложены принципы создания систем организационной подотчетности. Например, в основе процессного стандарта AA1000S лежит принцип вовлечения круга связанных с компанией организаций и лиц, поскольку, по мнению разработчиков стандарта, такой подход позволяет создать естественную платформу для отражения всех граней КСО. Вместо создания предписывающих правил этот стандарт дает возможность людям, связанным с компанией, понять, почему бизнес должен быть подотчетен и как в компании можно развивать деятельность в сфере КСО [19, с. 75].

Получаемая в процессе статистического наблюдения информация об отдельных единицах статистической совокупности характеризует их, как правило, с различных сторон. Например, при изучении социальной ответственности бизнеса района собранные статистические данные о деятельности отдельных предприятий содержат

соответствующую оценку работы каждого из них. Однако обобщенную характеристику по предприятиям в целом можно получить, систематизируя и обобщая полученную информацию, а также сводку. В результате индивидуальные данные превратятся в упорядоченную систему статистических показателей, дающих возможность в целом оценить социальную ответственность бизнеса в конкретном районе, выявить закономерности.

Статистическая сводка, по мнению О.Э. Башиной, А.А. Спирина, – это систематизация единичных фактов, позволяющая перейти к обобщающим показателям, относящимся ко всей изучаемой совокупности и ее частям, и осуществлять анализ и прогнозирование изучаемых явлений и процессов [24, с. 49].

Сводка статистической информации, как правило, не ограничивается получением общих итогов по изучаемой совокупности. Исходная информация на этой стадии статистической работы систематизируется, осуществляется статистическая группировка.

Под *группировкой* О.Э. Башина, А.А. Спирин понимают процесс образования однородных групп на основе расчленения статистической совокупности на части или объединения изучаемых единиц в частные совокупности по существенным для них признакам [24, с. 53]. Особым видом группировок являются классификации.

Располагая информацией по совокупности социально ответственных предприятий, можно осуществить группировку по одному или нескольким из следующих признаков: объему социальных инвестиций, численности работающих, величине средней заработной платы и др.

Результаты сводки и группировки, как правило, представляются в виде статистических таблиц. Продолжением и дополнением табличного метода в статистике является графический метод, а также различного рода матрицы абсолютных и относительных статистических показателей, получаемые в результате компьютерной обработки информации. О.Э. Башина, А.А. Спирин отмечают, что при графическом изображении статистических данных становится более вырази-

тельной сравнительная характеристика изучаемых показателей, отчетливее проявляется тенденция развития изучаемого явления, лучше видны основные взаимосвязи [24, с. 84].

При оценке социальной ответственности бизнеса часто применяются следующие показатели: абсолютные величины, относительные величины, средние и индексные системы.

За рубежом социальные рейтинги стали уже общепризнанной практикой, в России же в настоящее время не существует ни одной открытой общепризнанной методики оценки социальной ответственности. Российские эксперты единодушны в том, что потребность в создании социального рейтинга существует. Как утверждается в отчете о работе круглого стола «Корпоративная социальная ответственность: бремя или выгода»: «Создание социального рейтинга необходимо начинать с вопроса: что оценивать? В зависимости от того, что та или иная компания будет считать социальной ответственностью, будут меняться и базовые показатели оценки» [42].

По мнению Р.В. Лифанова, *рейтинг* – это сопоставление разнотипных компаний, входящих в выборку, на основании одного общего для них признака (кредитный риск, степень социальной ответственности и т.д.) [43].

О.Б. Кузнецова считает, что рейтинг социальной ответственности свидетельствует об уровне социальной ответственности компании в рамках принятой оценочной шкалы [44].

Д.А. Котляров отмечает, что на данный момент основными способами рейтинговой оценки социальной ответственности в мировой практике являются индексы, рассчитанные по методу экспертных оценок социальной ответственности компании или по отдельному показателю [45], например, объему социальных инвестиций. Количественное значение индекса социальной ответственности компании – это некоторый расчетный показатель (например, 3,78 по пятибалльной шкале [44]).

В мировой практике социальные индексы делятся на две группы [43]:

1. Фондовые индексы социальной ответственности

Назначение социальных фондовых индексов – обеспечить принятие решений в рамках социально ответственного инвестирования. Этот вид инвестирования отличается высокими темпами развития в США, Европе и в ряде стран, где законодательство требует от пенсионных фондов раскрывать информацию о том, как они учитывают социальные и экологические факторы при инвестировании. Для инвестиционного портфеля отбираются ценные бумаги только тех компаний, которые отвечают заданным социальным критериям.

Самый известный из фондовых индексов социальной ответственности – Domini Social Index 400 (DSI 400) – взвешенный по капитализации индекс 400 компаний, отобранных с помощью социальных и экологических критериев. Другие известные индексы – FTSE 4 Good, Dow Jones Sustainability Index.

2. Нефондовые индексы социальной ответственности

Нефондовые индексы основываются на оценке деятельности компании различными группами заинтересованных сторон. Для расчета индексов используется как публичная, так и внутренняя информация о компании, проводятся опросы всех заинтересованных сторон.

Пример – Индекс Корпоративной Филантропии (Corporate Philanthropy Index, далее по тексту – CPI), разработанный Walker Information под эгидой Совета Фондов (США) [46]. Метод основывается на оценке деятельности компании различными группами заинтересованных сторон [44]. Максимальная величина индекса социальной ответственности равна 5,0; среднее значение для США и Канады на сегодняшний день – 3,8. Если компании присвоен CPI 4,0 и выше, это является свидетельством высокой социальной ответственности. Индексы отдельных компаний остаются конфиденциальными, если компания не заинтересована в обратном. Кроме числового значения индекса, компания получает следующие данные в результате оценки: агрегированное значение индекса социальной ответственности всех компаний,

которые на данный момент приняли участие в рейтинге; агрегированное значение целевой выборки (по отрасли, региону, размеру и т.д.).

Еще один пример – социальный индекс, разработанный Министерством социальной политики Дании в 2007 году (Social Index, далее – SI) [47]. Индекс позволяет оценить степень социальной ответственности компании, в которой приоритетное внимание уделяется кадровой политике, социальным программам и преодолению различных форм дискриминации на рабочем месте. Индекс SI позволяет показать степень ответственности компании по отношению к сотрудникам и «внешним» группам заинтересованных сторон. Он рассчитывается на основании опроса сотрудников компании по стандартизированному вопроснику (результат – численное значение от 0 до 100). Компании, у которых значение индекса превышает 60, получают право размещать специальный знак социальной ответственности компании на упаковке, в годовом отчете и т.д. [45].

Однако необходимо отметить, что и в России предпринимаются попытки расчета индекса социальной ответственности по отдельному показателю. В частности, Ассоциация менеджеров России представила в «Докладе о социальных инвестициях в России – 2004 (2008)» методику измерения *индекса социальных инвестиций российского бизнеса*.

Данный индекс представляет собой непосредственную оценку финансовых затрат российских компаний на социальные программы и инициативы. Индекс социальных инвестиций предполагает диагностику как абсолютной, так и относительной величины денежных сумм, выделяемых компаниями на социальные программы [48].

В соответствии с применяемой Ассоциацией менеджеров России методикой измерения было выделено три разновидности количественного индекса социальных инвестиций российского бизнеса:

1. Индекс удельных социальных инвестиций (*IL*), представляющий собой величину социальных инвестиций российских ком-

паний, приходящуюся на одного работника (единица измерения – рубли). Формула данного индекса имеет вид [50, с. 47]

$$IL = \sum_{i=1}^n C_i / \sum_{i=1}^n L_i,$$

где C_i – объем социальных инвестиций i -й компании (включая добровольные и обязательные затраты на социальные программы);

L_i – среднесписочная численность работников i -й компании;

n – число компаний, участвующих в исследовании.

2. Отношение (доля) социальных инвестиций исследованных российских компаний к суммарному объему их продаж (**IS**) (единица измерения – проценты). Формула данного индекса имеет следующий вид [50, с. 47]:

$$IS = (\sum_{i=1}^n C_i / \sum_{i=1}^n S_i) * 100\%,$$

где S_i – валовой объем продаж i -й компании.

3. Отношение (доля) социальных инвестиций исследованных российских компаний к суммарному объему их прибылей (до налогообложения) (**IP**) (единица измерения – проценты). Данный индекс определяется по формуле, аналогичной расчету индекса **IS** [50, с. 47].

В докладе о социальных инвестициях в России отмечается, что все три разновидности количественного индекса социальных инвестиций не являются нормируемыми и могут принимать любые положительные значения [50, с. 47]. Автор разделяет точку зрения В.Ю. Вязовой, что большая величина индекса соответствует более высокой социальной активности компании [49, с. 70].

В докладе о социальных инвестициях в России, подготовленном Ассоциацией менеджеров, акцентируется внимание на том, что особенность данной методики заключается в том, что финансовые показатели деятельности российских компаний (объемы социальных инвестиций, прибыли и продаж) в большинстве случаев не могут получить в процессе анкетирования точной количественной оценки. В связи с этим российская методика оценки индекса социальных инвестиций опирается на интервальные значения финансовых показате-

телей, когда компании-респонденты указывают лишь нижний и верхний интервалы соответствующих показателей [48, с. 67].

Для перехода от интервальных значений финансовых индикаторов к точечным Ассоциацией менеджеров в методике используется дополнительная процедура усреднения, в соответствии с которой искомое значение находится в середине идентифицированного интервала. Формула имеет следующий вид [48, с. 67]:

$$S_i = (S_i^{\min} + S_i^{\max}) / 2,$$

где S_i^{\min} и S_i^{\max} – нижний и верхний интервалы каждого показателя i -й компании.

Ассоциация менеджеров отмечает, что применение данной формулы может привести к определенным погрешностям при расчете индекса социальных инвестиций, однако на современном этапе более точные измерения данного явления в России невозможны. В дальнейшем с ростом информационной открытости российских компаний появится возможность отказаться от процедуры усреднения показателей в целях большего соответствия российской методики оценки индекса социальных инвестиций международным информационно-методическим стандартам [50, с. 48].

В отличие от количественного индекса социальных инвестиций, который создает картину масштаба явления, *качественный индекс* социальных инвестиций призван оценить степень комплексности и полноты такого явления, как социальная ответственность бизнеса. Идея данного индекса состоит в учете факта наличия (или отсутствия) позитивных параметров у компании-респондента. Различают частные и общие качественные индексы социальных инвестиций [50, с. 48]:

1. К частным относится качественный индекс социальных инвестиций для i -й компании ($IK(i)$), который показывает уровень комплексности социальной деятельности компании (единица измерения – проценты) и рассчитывается по формуле [50, с. 48]

$$IK_{(i)} = (\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij}) * 100\%,$$

где X_{ij} – булева переменная, принимаемая значение 1, если j -й признак присутствует у i -й компании, и равна 0, если этот признак отсутствует;

m – число признаков, по которым оценивается социальная деятельность компаний.

В идеале набор признаков должен быть составлен таким образом, чтобы каждый из них был «сквозным», т.е. важным для каждой компании.

2. Качественный индекс социальных инвестиций для j -го признака ($IK(j)$) показывает степень присутствия данного качественного признака в статистической выборке компаний-респондентов (единица измерения – проценты) и рассчитывается по следующей формуле [50, с. 48]:

$$IK_{(j)} = (\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij}) * 100\%,$$

где n – число компаний, участвующих в обследовании.

3. Общий качественный индекс социальных инвестиций (IK) показывает уровень комплексности социальной деятельности исследуемой совокупности компаний (единица измерения – процент) и рассчитывается следующим образом [50, с. 49]:

$$IK = (\frac{1}{nm} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij}) * 100\%.$$

По мнению В.Б. Вязового, необходимость учета качественной составляющей процесса социального инвестирования обусловлена тем, что масса выделяемых на социальные программы средств является лишь одной из характеристик социально ответственной деятельности компании. На практике осуществление компанией больших объемов социальных инвестиций может сопровождаться плохим статистическим учетом выделяемых средств, отсутствием централизованного контроля и управления процессом, нерациональной концентрацией на одном-двух направлениях деятельности, стихий-

ностью и неравномерностью финансирования социальных мероприятий и т.д. [49, с. 73].

Подобное несогласие количественной и качественной сторон процесса, отмечает В.Б. Вязовой, должно быть своевременно выявлено и устранено, для чего необходимо использовать дополнительные аналитико-статистические конструкции. В нашем случае измерителем степени гармоничности процесса социального инвестирования служит качественный индекс социальных инвестиций [49, с. 73].

В настоящее время не существует единых стандартов для оценки степени полноты и комплексности инвестиционного процесса социальных программ. Поэтому в проведенном исследовании использовались выделенные В.Б. Вязовым три группы критериев качественной оценки социальных инвестиций, базирующиеся на 12 показателях, наиболее адекватно характеризующих современный этап развития российских компаний [49, с. 73]:

1-я группа – институциональное оформление социальной политики. Данная группа предполагает учет [49, с. 73–74]:

- наличия специального документа, в котором закреплена социальная политика компании (нормативная централизация социальной политики);
- наличия специального структурного подразделения, отвечающего за реализацию социальных программ компании (организационная централизация социальной политики);
- наличия коллективного договора, кодекса корпоративного поведения, этического кодекса (нормативная основа социальной политики).

На рис. 3.1 наглядно представлено, какие именно структурные подразделения компаний непосредственно отвечают за реализацию стратегий в области КСО.

По нашему мнению, для компаний сырьевого сектора более характерно создание специальных департаментов по социальному развитию и вопросам экологии и нетипично придание соответствующих

функций департаменту маркетинга. Как отмечает Ассоциация Менеджеров России, это соответствует их большому вовлечению в развитие регионов и воздействию на окружающую среду, а также специфике производимого продукта [48, с. 26].



Примечание: Данные приведены в процентах от числа респондентов, ответивших на вопрос. Сумма ответов превышает 100%, т.к. респонденты могли выбирать все подходящие варианты ответов.

Рис. 3.1. Подразделения организации, которые непосредственно отвечают за реализацию стратегии в области КСО, % (2008 г.) [48, с. 22]

Компании используют разные документы для закрепления стратегии в области КСО (рис. 3.2) [48, с. 21].

2-я группа – система учета социальных мероприятий. Данная группа предполагает учет по четырем позициям [49, с. 74]:

- наличие ежегодных финансовых отчетов в соответствии с международными стандартами (унификация и стандартизация финансовой информации);
- внедрение международных стандартов социальной отчетности;
- оценка эффективности осуществляемых социальных инвестиций (обеспечение обратной связи между инвестором и социальными инвестициями);

– примеры социальных программ (информирование общественности в целях передачи позитивного опыта, саморекламы и продвижения репутации и имиджа компании).



Примечание: Данные приведены в процентах от числа респондентов, ответивших на вопрос. Сумма ответов превышает 100%, т.к. респонденты могли выбирать все подходящие варианты ответов.

Рис. 3.2. Документы, в которых закреплена стратегия компании в области корпоративной социальной ответственности, % (2008 г.) [48, с. 21]

3-я группа – комплексность осуществляемых социальных инвестиций. Данная группа предполагает учет по пяти направлениям затрат [49, с. 74]:

- развитие персонала компании;
- охрана здоровья и труда персонала;
- природоохранная деятельность и ресурсосбережение;
- поддержание добросовестной деловой практики;
- развитие местного сообщества.

С точки зрения В.Б. Вязового, на основе сформулированных направлений 3-й группы формируется критерий максимального разнообразия социальной политики предприятий, так как концентрация социальных инвестиций на одном или двух направлениях ведет

к диспропорциям в развитии всей социально-экономической системы [49, с. 74].

Как отмечает В.Б. Вязовой, информацию о наличии или отсутствии каждого из 12 признаков обобщает раскрытый в настоящей методике единый интегральный показатель – качественный индекс социальных инвестиций (ИК) [49, с. 75].

Предложенные в методике В.Б. Вязового три разновидности качественного индекса социальных инвестиций пронормированы и могут принимать значения от 0 до 100%. Чем больше значение индекса, тем целостнее социальная политика компании [49, с. 75].

Сравнение индексов (*ИК(i)*) для разных компаний позволяет, по мнению В.Б. Вязового, определить лидеров и аутсайдеров по показателю комплексности организации процесса социального инвестирования. Сравнение качественных индексов для разных признаков позволяет выявить соответствующие «узкие места», т.е. те признаки, которые представляют для компании наибольшую проблему [49, с. 75].

Таким образом, комплексное исследование социальной ответственности бизнеса возможно только с помощью системы статистических показателей, дающих числовое измерение количественных и качественных характеристик объекта, связей между ними, тенденций их измерения. Данная система должна завершаться обобщающим (интегральным) показателем, обеспечивающим методологическое единство всех частных показателей и однозначную оценку уровня и динамики исследуемого процесса.

Ю.Г. Одегов, Е.В. Логинова задают вопрос: «Насколько возможен такой обобщающий показатель социальной ответственности бизнеса?» По мнению Ю.Г. Одегова, Е.В. Логиновой, статистика пока еще не нашла рационального способа объединения установленных показателей. Однако попытки предложить обобщающий показатель социальной ответственности бизнеса всегда предпринимались и предпринимаются.

По мнению Ю.Г. Одегова, Е.В. Логиновой, основными принципами отбора показателей могут быть [25]:

1. Необходимость и достаточность для характеристики ожиданий партнеров компании;
2. Отсутствие мультиколлинеарности между показателями, означающее относительную независимость показателей друг от друга, что необходимо для корректного факторного анализа;
3. Доступность информации из существующих статистических и отраслевых источников;
4. Устойчивость выбранных показателей во времени, т.е. их инвариантность относительно резких конъюнктурных изменений;
5. Применяемость данных показателей для принятия управленческих решений по регулированию социально-трудовых и социально-экономических отношений социальных партнеров.

По нашему мнению, конечной задачей статистического исследования социальной ответственности бизнеса является анализ полученного обобщающего показателя и внутренних связей.

С точки зрения Й.Р. Вайнхайрдте, Р.М. Андрюкайтене, во внимание исследователей, как правило, попадают предприятия частного сектора, но социальная ответственность является не менее значимой и в предприятиях государственного и муниципального капитала государственного сектора, и в публичных учреждениях, которые участвуют в рынке, предоставляют услуги, используют природные и человеческие ресурсы [56].

Кроме этого Й.Р. Вайнхайрдт, Р.М. Андрюкайтене отмечают, что в настоящее время сложилась система международной стандартизации параметров социальной ответственности. Использование ее в практике российского бизнеса позволяет определить основные критерии оценки эффективности социальной ответственности [56, с. 12].

Стандарты ISO 26000 [1], GRI [67], а также Социальная хартия российского бизнеса [68] строятся на почти идентичных базовых основаниях, удовлетворяющих триединому пониманию устойчивого

развития, определенному Глобальным договором ООН (2000). Это – экономическая стабильность, экологическая безопасность и социальная ответственность [56, с. 12].

Указанные направления Й.Р. Вайнхайрда, Р.М. Андриякайтене считают целесообразным дополнить этическими требованиями к процессам бизнес-партнерства как со стороны самих предпринимателей, так и со стороны активизирующегося гражданского общества. Таким показателем, считают авторы, может являться параметр эффективности деловых взаимоотношений. Этот параметр выступает как характеристика уровня управленческой культуры бизнеса и позволяет отражать следование нормам добросовестного партнерства не только самой организации, но и ее экономическим окружением [56, с. 12].

Таким образом, предложенная Й.Р. Вайнхайрда, Р.М. Андриякайтене модель оценки эффективности как социально-экономической категории будет иметь вид [56, с. 13]

$$\text{Эф}_{\text{с.од}} = \text{Эф}_{\text{эк}} + \text{Эф}_{\text{э}} + \text{Эф}_{\text{с}} + \text{Эф}_{\text{д.п}} ,$$

где $\text{Эф}_{\text{с.од}}$ – эффективность деятельности, которая представляет собой суммарный результат по критериям (направлениям) социальной ответственности с учетом их весомости в суммарном оценочном показателе;

$\text{Эф}_{\text{эк}}$ – экономическая эффективность;

$\text{Эф}_{\text{э}}$ – эффективность экологической деятельности;

$\text{Эф}_{\text{с}}$ – социальная эффективность;

$\text{Эф}_{\text{д.п}}$ – эффективность делового партнерства.

По мнению Й.Р. Вайнхайрда, Р.М. Андриякайтене, динамика каждой составляющей социально ответственной деятельности должна раскрываться параметрами сравнения оцениваемого периода и предыдущего [56, с. 13].

Методика оценки экономической эффективности имеет определенную историю и может быть построена в традиционной логике соотношения результатов деятельности и затрат, понесенных для их достижения [56, с. 13].

В расчет экологической эффективности может быть положена факторная модель, учитывающая следующие показатели социально ответственной деятельности организации [56, с. 13]:

$$\text{Эф}_3 = f(a, b, c, d),$$

где a – вторично используемые отходы;

b – вторично используемая энергия (в некоторых случаях вода);

c – величина выбросов и сбросов вредных веществ;

d – степень обновления имущества природоохранного назначения.

Й.Р. Вайнхайрдте, Р.М. Андрюкайтене считают, что данная факторная модель тесно связана со стандартом GRI, при этом разработка экологической программы и выбор показателей эффективности этой деятельности для предприятия находятся в прямой зависимости от вида экологической деятельности, территориального размещения, применяемых технологий, организационной структуры [56, с. 13].

Рассмотрим более подробно предложенную Й.Р. Вайнхайрдте, Р.М. Андрюкайтене методику оценки эффективности делового партнерства и социальной эффективности.

Эффективность делового партнерства характеризует ответственность предприятия в системе отношений с контрагентами (покупателями и поставщиками), а также качество и обновление ассортимента продукции. Важность включения этого коэффициента обусловлена требованиями стандартов КСО и ISO. Он может быть определен по формуле [56, с. 13]

$$k_{\text{э.д.п}} = (k_{\text{э.з.д}} + k_{\text{п.к}} + k_{\text{н.п}} + k_{\text{с.о.п}}) / 4$$

где $k_{\text{э.д.п}}$ – эффективность деловых взаимоотношений;

$k_{\text{э.з.д}}$ – эффективность заключения договоров;

$k_{\text{п.к}}$ – коэффициент постоянных клиентов;

$k_{\text{н.п}}$ – показатель обновления продукции;

$k_{\text{с.о.п}}$ – доля поставщиков, следующих в своей деятельности принципам социальной ответственности.

В свою очередь,

$$k_{\text{э.з.д}} = \text{Ч}_{\text{в.с}} / \text{Ч}_{\text{з.д}},$$

где $\mathcal{C}_{\text{в.с}}$ – число выставленных (предъявленных) счетов по заключенным договорам;

$\mathcal{C}_{\text{з.д}}$ – общее число заключенных договоров.

$$k_{\text{п.к}} = \mathcal{C}_{\text{п.к}} / \mathcal{C}_{\text{к}},$$

где $\mathcal{C}_{\text{п.к}}$ – число постоянных клиентов (от 3 лет и более бизнес-сотрудничества);

$\mathcal{C}_{\text{к}}$ – общее число клиентов в организации.

$$k_{\text{н.п}} = k_{\text{ед.н.п}} / k_{\text{ед.в.п}},$$

где $k_{\text{ед.н.п}}$ – количество единиц выпущенной новой продукции;

$k_{\text{ед.в.п}}$ – всего единиц выпущенной продукции.

$$k_{\text{с.о.п}} = \mathcal{C}_{\text{с.о.п}} / \mathcal{C}_{\text{п}},$$

где $\mathcal{C}_{\text{с.о.п}}$ – число поставщиков-приверженцев социально ответственного ведения бизнеса;

$\mathcal{C}_{\text{п}}$ – общее число поставщиков предприятия.

Необходимо обратить внимание на то, что набор показателей при определении параметров оценки эффективности делового партнерства может быть таким, как в предложенном Й.Р. Вайнхайрдте, Р.М. Андрюкайтене варианте, а может быть расширен за счет показателей, характеризующих удовлетворенность спроса партнеров качественными показателями продукции (число рекламаций на единицу продукции), сроков выполненных договоров, иных показателей [56, с. 13].

Дополнительно остановимся на введенном в оценку эффективности делового партнерства коэффициенте социальной ответственности поставщиков. Этот коэффициент обусловлен требованием ответственности к качеству и безопасности материалов [56, с. 13].

Для настоящего российского уровня развития социальной ответственности бизнеса такая практика носит зачаточный характер, а для зарубежных предприятий – достаточно распространенная норма. Как правило, ведущие предприятия работают только с социально ответственными поставщиками, списки которых публикуются на официальных сайтах компаний. Поставщики, в свою очередь, с гордо-

стью размещают информацию о постоянном партнерстве с такими компаниями, для них это как факт признания уровня социально ответственного управления, а также качества и безопасности продукции [56, с. 14].

Эффективность социальной деятельности. Оценка этой составляющей зависит от принятого в социально ответственной компании подхода к раскрытию уровня и содержания этой работы.

$$k_{\text{эф.с.д}} = (k_{\text{отв.п}} + k_{\text{с.окр}}) / 2,$$

где $k_{\text{эф.с.д}}$ – эффективность социальной деятельности;

$k_{\text{отв.п}}$ – показатель ответственности перед собственным персоналом;

$k_{\text{с.окр}}$ – показатель ответственности перед социальным окружением, т.е. социальный вклад в развитие местного сообщества [56, с. 15].

В свою очередь, показатель ответственности перед собственным персоналом будет определяться такими факторами, как вложения бизнеса в обучение персонала (подготовки и переподготовка), обеспечение надлежащей защиты от профессиональных заболеваний, обеспечение определенного уровня (качества) жизни работников, т.е. [56, с. 15]:

$$k_{\text{отв.п}} = (k_{\text{об}} + k_{\text{п.з}} + k_{\text{г.ур.ж}}) / 3,$$

где $k_{\text{об}}$ – показатель, характеризующий долю работников, прошедших обучение за счет предприятия;

$k_{\text{п.з}}$ – показатель, характеризующий долю профессиональных заболеваний в общем количестве случаев заболеваний работников;

$k_{\text{г.ур.ж}}$ – показатель гарантированности определенного уровня жизни работающих на данном предприятии.

При определении $k_{\text{об}}$ могут быть рассмотрены такие факторы, как число работников:

- прошедших подготовку и переподготовку на самом предприятии;
- обучающихся с отрывом от производства за свой счет;
- обучающихся за счет средств предприятия;
- прошедших разные уровни подготовки и переподготовки – колледжи, курсы, вузовская и послевузовская подготовка и т.д.

Показатель, характеризующий долю профессиональных заболеваний, определяется по формуле [56, с. 15]

$$k_{п.з} = Ч_{п.з} / Ч_з,$$

где $Ч_{п.з}$ – число случаев профессиональных заболеваний и их обострений;

$Ч_з$ – общее число заболеваний сотрудников за оцениваемый период.

Показатель гарантированности определенного уровня жизни может быть определен как отношение средней заработной платы сотрудников к средней заработной плате по региону [56, с. 15].

Спектр факторов, влияющих на показатель ответственности перед собственным персоналом, может быть еще расширен и дополнен, например, следующими факторами [56, с. 15]:

- удовлетворенность трудом (показатель числа увольнений в соотношении с числом работников на начало периода);
- обеспечение социальным пакетом;
- доступность санаторного лечения и отдыха в оздоровительных учреждениях;
- степень гарантированности карьерного роста для сотрудников;
- наличие мест в дошкольных учреждениях предприятия в отношении к общему числу детей сотрудников, нуждающихся в местах в детских садах;
- выделение материальной помощи сотрудникам и пенсионерам предприятия и т.д.

Оценка вклада деятельности предприятия в развитие социального окружения (вклад в развитие местного сообщества) также многоаспектна. Она определяется целями, потребностями и нуждами партнеров этих взаимоотношений. Стандарты корпоративной социальной отчетности приводят основные из них. На их оценке и остановимся [56, с. 15].

Показатель ответственности деятельности бизнеса перед социальным окружением (социальный вклад в развитие местного сооб-

щества) особенно важен для градообразующих предприятий и может быть определен по формуле

$$k_{\text{соц. окр}} = (k_{\text{н}} + k_{\text{р.п}} + k_{\text{с.и}}) / 3,$$

где $k_{\text{н}}$ – доля налогов, уплаченных предприятием в пользу местных и региональных бюджетов;

$k_{\text{р.п}}$ – доля местных предприятий-партнеров;

$k_{\text{с.и}}$ – доля добровольных инвестиций предприятия в общей величине инвестиций, полученных регионом (органами местной власти) за период [56, с. 15–16].

Все показатели должны рассчитываться в зависимости от вклада предприятия по отношению к совокупному местному или региональному показателю.

В свою очередь,

$$k_{\text{н}} = N_{\text{пр}} / \Sigma N_{\text{рег}},$$

где $N_{\text{пр}}$ – величина налогов, перечисляемых предприятием в местные (региональные) бюджеты;

$\Sigma N_{\text{рег}}$ – общая величина налогов, поступающих в местный (региональный) бюджет.

$$k_{\text{р.п}} = Ч_{\text{р.п}} / Ч_{\text{рег.п}},$$

где $Ч_{\text{р.п}}$ – число местных партнеров (клиенты/поставщики) предприятия;

$Ч_{\text{рег.п}}$ – число предприятий в регионе.

$$k_{\text{с.и}} = СИ_{\text{пр}} / СИ_{\text{р}},$$

где $СИ_{\text{пр}}$ – величина добровольных социальных инвестиций в развитие места расположения (региона);

$СИ_{\text{р}}$ – общая величина запланированных местным бюджетом инвестиций социальной направленности [56, с. 16].

Показатель $k_{\text{с.и}}$ – один из наиболее весомых, позволяющих судить о значимости градообразующего предприятия с точки зрения приоритетов местного сообщества, каковыми могут быть:

- обеспечение занятости населения;
- поддержание и развитие социальной сферы места расположения (региона);
- участие в инвестиционных проектах региона.

Такая деятельность снимает или значительно снижает социальную напряженность между частью населения, занятой на таком предприятии, и теми, кто работает на других местных предприятиях и в сфере услуг [56, с. 16].

Итоговая оценка эффективности социальной ответственности деятельности предприятия, согласно разработанной Й.Р. Вайнхайрдте, Р.М. Андриякайтене методике, будет определяться суммой значений коэффициентов основных направлений, умноженных на соответствующие весовые коэффициенты J (значения которых могут быть определены методом экспертных оценок), что позволяет охарактеризовать количественные соотношения всех главных компонентов общей эффективности социальной ответственности деятельности в ее структуре, т.е.

$$\text{ЭФ}_{\text{с.од}} = k_{\text{эф.эк}} J_{\text{эф.эк}} + k_{\text{эф.э}} J_{\text{эф.э}} + k_{\text{эф.с}} J_{\text{эф.с}} + k_{\text{эф.д.п}} J_{\text{эф.д.п.}}$$

Представленные подходы к оценке эффективности социальной ответственности деятельности предприятия основаны на системных принципах построения, отвечающих условиям устойчивого развития – экономической стабильности, экологической безопасности, социальной ответственности. Дополнение факторного ряда показателем эффективности делового партнерства, по мнению Й.Р. Вайнхайрдте, Р.М. Андриякайтене, придает системе определенную завершенность и позволяет судить о зрелости российского бизнеса, а также уровне его управленческой культуры [56, с. 16].

В.А. Ломазовым, Я.В. Прокушевым предложена система социально-экономических индикаторов с количественно-качественной шкалой (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Социально-экономические индикаторы [78, с. 4]

Наименование индикатора	Тип
Обеспечение физической безопасности	Качественный
Вредность производства	Качественный
Заработная плата	Количественный
Наличие премиальных выплат	Количественный
Обеспечение медицинского обслуживания, страхование	Качественный
Пенсионное обеспечение	Качественный
Четкость описания работы	Качественный
Наличие от свободы рабочего времени	Количественный
Культурно-массовое обеспечение	Качественный
Карьерный рост	Качественный
Психологический климат в коллективе	Качественный
Нестандартность выполняемых работ, проявление творческой составляющей	Качественный

Как видно, большая часть индикаторов носит качественный характер и может быть измерена только в слабой (порядковой) шкале. Проблема квантификации (перевода значений качественных показателей в числовые) возникает при исследовании слабоструктурированных систем в различных предметных областях. При этом необходимо иметь в виду, что математически строго перехода (а тем более единого правила) здесь быть не может. В каждом случае дополнительно неявно используются закономерности, присущие конкретной предметной области. При этом правила квантификации должны основываться на суждениях экспертов и в дальнейшем корректироваться на основе практики применения информационно-аналитических систем, использующих эти правила [78, с. 4–5].

В.А. Ломазов, Я.В. Прокушев считают, что единое (в баллах) измерение различных по типу и социально-экономическому содержанию индикаторов позволяет построить информационные модели, для анализа которых могут быть формально использованы математические методы оценки и оптимизации [78, с. 5].

3.2. Исследование особенностей социальной ответственности предприятий нефтегазовой отрасли

Развитие нефтегазохимического комплекса (НГК) является приоритетным направлением промышленной политики в силу высокого удельного веса данной отрасли в показателях социально-экономического развития региона.

Исключительное влияние нефтегазодобывающего комплекса на перспективы развития региональной и национальной экономики требуют постоянного совершенствования системы межсекторного взаимодействия, выраженного в интенсификации государственно-частного партнерства, а также в концентрации вопросов государственного регулирования и управления отраслями нефтедобычи, нефтепереработки [13, с. 1179].

Значительная доля топливно-энергетического комплекса в общероссийском промышленном производстве вызвала необходимость обеспечения общих принципов управления промышленностью на региональном уровне [13, с. 1179].

Важным моментом является активное участие предприятий нефтегазового комплекса в социальном развитии региона. Предприятия участвуют в развитии детско-юношеского спорта, массового спорта и здорового образа жизни, образования, культуры, духовного возрождения, охраны материнства и детства. Социальная ответственность бизнеса прочно вошла в практику предприятий НГК [13, с. 1181].

Нефтегазовый комплекс всегда был и остается одной из наиболее стратегически важных для развития региона и страны в целом сфер экономики. Повышение эффективности функционирования нефтегазового комплекса напрямую связано с возможностями достижения баланса экономических интересов коммерческих корпораций и интересов органов власти разного уровня. И это возможно только в условиях развития различных механизмов конструктивного межсекторного взаимодействия [13, с. 1181].

С целью анализа социальной политики четырех крупных предприятий нефтеперерабатывающего и нефтегазового комплекса Российской Федерации, дочерние общества которых ведут свою деятельность на территории ХМАО-Югры (ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Газпром», ОАО «Роснефть», ОАО «НК «Роснефть»)), проанализирована информация, опубликованная на официальных сайтах.

Информация, представленная на сайтах этих компаний, дает представление о социальной политике предприятий нефтеперерабатывающего и нефтегазового сектора. Анализируемые компании имеют собственную социальную политику и ведут активную благотворительную деятельность, что оказывает влияние на качество жизни не только людей, связанных с данными предприятиями, но и всего социума в целом. Ситуация последних десятилетий показывает, что во всем мире крупные предприятия являются активными субъектами социальной политики и благотворительности [146].

Предприятия нефтегазовой отрасли играют важную роль в богатых природными ресурсами северных регионах России. Значительная часть территорий Российского Севера представляет собой «анклавы» больших компаний. Огромные ресурсы, которыми располагает частный сектор, могли бы использоваться с пользой как для корпораций, так и для регионов, в которых они работают. Действуя без должной ответственности и игнорируя общественные интересы (включая интересы коренных народов), корпорации могут причинить большой вред окружающей среде и подорвать устойчивость местных общин [143, с. 190].

Способность компании убедительно показать свой вклад в социально-экономическое развитие государства, области, региона или города, в которых она функционирует, предъявить доказательства того, что компания ответственно подходит к вопросам производственной деятельности и устойчивого развития предприятия, является на сегодняшний день одним из ключевых аспектов деятельности каждой современной нефтегазовой компании. В настоящее время к неф-

тегазовым компаниям предъявляется множество требований, связанных с вопросами удовлетворения потребностей общества, поэтому у компаний могут возникнуть производственные и репутационные риски [140, с. 118].

Как показали исследования, российские нефтегазовые корпорации в своём стремлении добиться влияния на международном рынке стали уделять больше внимания вопросам социальной ответственности. Однако их деятельность в этой области не сильно афишируется. В значительной мере это объясняется общероссийской атмосферой недоверия общества к государственным и негосударственным структурам и широко распространённым негативным опытом в этой области [140, с. 119].

Между тем международный опыт показывает, что говорить о деятельности предприятия в этом направлении (развитии социальной ответственности) нужно. На Западе принято говорить о своей благотворительной деятельности, но в России путают подобную информацию с рекламой [140, с. 119].

Достижение информационной открытости – длительный процесс последовательного предъявления результатов деятельности и их подтверждения независимыми экспертами. Прозрачность компаний в области корпоративной социальной ответственности является одной из форм открытости в сфере корпоративного управления. Однако не вся информация о деятельности компаний в сфере корпоративной социальной ответственности доступна широким массам, несмотря на тот факт, что эта деятельность весьма разнообразна и затрагивает различные сферы жизни общества [140, с. 120].

Опираясь на анализ функционирования зарубежных нефтегазовых компаний, среди их важнейших ориентиров можно выделить два типа целей:

– направленные вовне (например, желание компании стать лидером отрасли). В этом случае деятельность в сфере корпоратив-

ной социальной ответственности будет являться конкурентным преимуществом;

– направленные внутрь (соблюдение интересов акционеров, повышение эффективности деятельности). В этом случае корпоративная социальная ответственность будет средством минимизации непроизводственных рисков.

Нельзя отрицать тот факт, что для компаний характерно присутствие обоих направлений целей – как «внешних», так и «внутренних». Однако некоторые компании нередко принимают то или иное направление цели в качестве основополагающего и активизируют свою деятельность для его реализации [140, с. 120].

Вместе с тем следует отметить тот факт, что зачастую корпоративная социальная деятельность многих нефтегазовых компаний нашей страны носит популистский характер. Действительно, нередко случается так, что социальная деятельность в основном направлена на создание положительного общественного мнения о компании. Однако в последнее время в связи с появлением в нашей стране некоторых западных транснациональных корпораций, таких как British Petroleum, в России начинают происходить немаловажные изменения в понимании и осуществлении корпоративной социальной ответственности, например, появление общемировых норм и стандартов [140, с. 120].

Такие компании, как RD/Shell и British Petroleum, стремящиеся находиться среди лидеров своей отрасли, понимают, что для них социальная ответственность бизнеса может стать наиболее важным конкурентным преимуществом. Поэтому они стремятся к полной информационной открытости, предоставляя данные своих работ в сфере корпоративной социальной ответственности всем заинтересованным сторонам [140, с. 120].

Однако в случае, если компания ставит улучшение отношений с государством на первое место, приоритетными направлениями деятельности в сфере корпоративной социальной ответственности ста-

новятся охрана и безопасность труда, охрана окружающей среды и социальные мероприятия [140, с. 120].

По сравнению с российскими нефтегазовыми компаниями западные компании обращают своё пристальное внимание на развитие регионов, где осуществляется их деятельность, и образование, вследствие чего размеры средств, которые выделяются на проведение таких мероприятий, весьма значительны [140, с. 120].

В свою очередь, российские нефтегазовые компании осознали, что невозможно эффективно осуществлять свою деятельность без принятия необходимых мер в области социальной ответственности бизнеса. Главной задачей, которую они ставят перед собой на следующие несколько лет, является разработка наиболее эффективных показателей производственной деятельности, которые смогли бы наиболее чётко отразить вклад компании в социально-экономическое развитие региона. Это может облегчить компаниям получение соответствующих преимуществ от достижения положительных результатов, а также облегчит сравнение показателей деятельности компаний нефтяной отрасли, став, таким образом, важным фактором конкурентной дифференциации [140, с. 120].

В области корпоративной социальной ответственности необходимой деятельностью компании должно стать тесное общение с заинтересованными сторонами, чьи отзывы напрямую влияют на её деловую репутацию. Опыт нефтегазовых компаний показывает, что надёжного технического обоснования основных инвестиций и операционных решений недостаточно, если заинтересованные стороны не согласны с принятыми решениями или направлением развития [140, с. 120].

Как показали результаты исследования, наиболее распространённой ошибкой многих компаний становится разработка внешней нефинансовой отчётности, как того требует рынок, без адаптации своей деятельности к принципам корпоративной социальной ответственности. Тем не менее, неоспоримые преимущества возможно полу-

чить, только используя данные принципы, которые позволят регулировать риски и использовать новые возможности на устойчивой основе [140, с. 120–121].

Следует отметить, что охрана и безопасность труда, охрана окружающей среды являются на сегодняшний день наиболее важными вопросами в сфере корпоративной социальной ответственности большинства нефтедобывающих компаний. Однако круг этих вопросов всё расширяется, поскольку необходимость тесного контакта с подрядчиками и поставщиками неуклонно растёт [140, с. 121].

Газета «Труд» и Агентство политических и экономических коммуникаций провели исследование и опубликовали рейтинг социально ответственных российских нефтегазовых компаний в 2011 г. [141]. В тройке лидеров оказались три крупнейшие компании топливно-энергетического сектора: ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Газпром» и ОАО «НК «Роснефть».

В табл. 3.2 представлены направления социальной политики ОАО «ЛУКОЙЛ» в зависимости от социальной политики. В результате проведенного исследования и анализа можно сделать выводы, что социальная политика ОАО «ЛУКОЙЛ» направлена на повышение эффективности работы и создание условий социальной защищённости работников и стабильности в трудовых коллективах.

Таблица 3.2

Социальная политика ОАО «ЛУКОЙЛ» [142]

Элементы в области социальной политики	Элементы
1	2
Политика в области оплаты и мотивации труда в отношениях с работниками	<ul style="list-style-type: none"> – установление минимально гарантированного уровня оплаты труда в Компании для всех групп работников на уровне, превышающем законодательно установленный минимальный размер оплаты труда; – регулярная индексация заработной платы на основе индекса потребительских цен; – периодическое повышение заработной платы в связи с ростом производительности труда; – использование гибких систем премирования с целью наиболее полного учёта индивидуального трудового вклада работника

Окончание табл. 3.2

1	2
Политика в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды	<ul style="list-style-type: none"> – безопасная организация всех рабочих мест во всех подразделениях Компании; – обеспечение функциональной специальной одеждой и обувью всех работников, занятых на производстве; – обеспечение чистой питьевой водой работников подразделений на всех рабочих местах, бесплатная выдача молочных продуктов работникам в качестве компенсации за работу во вредных условиях труда; – обеспечение необходимых санитарно-гигиенических и бытовых условий на рабочих местах
Политика в области поддержки неработающих пенсионеров	<ul style="list-style-type: none"> – выплаты единовременных пособий выходящему на пенсию работнику; – предоставление ежемесячной материальной помощи неработающим пенсионерам; – оказание материальной помощи на оплату лечения или приобретение дорогостоящих лекарств; – выплаты единовременной материальной помощи в связи с юбилейными датами
Политика в отношении молодых работников	<ul style="list-style-type: none"> – создание рабочих мест для молодых работников и специалистов; – сочетание трудовых обязанностей молодых работников и специалистов с возможностью продолжения образования, повышения квалификации и профессионального развития; – оказание содействия в проведении научно-практических конференций молодых специалистов, в организации их досуга
Политика в области корпоративного добровольного медицинского страхования	<ul style="list-style-type: none"> – финансирование программы добровольного медицинского страхования; – обеспечение постоянного вневедомственного контроля качества медицинской помощи в целях защиты интересов и прав работников в медицинском учреждении.

ОАО «ЛУКОЙЛ» реализует свою социальную политику, руководствуясь принципом социальной ответственности бизнеса перед обществом. Подтверждением этому служат победы предприятия в различных конкурсах и номинациях [140, с. 121–122].

Как о социально-ответственной компания ОАО «Газпром» заявила о себе на российском и международном рынке. ОАО «Газпром» обозначило следующие приоритетные принципы своей деятельности: способствовать социально-экономическому благополучию российских регионов, социальному и духовному благополучию людей, развитию благоприятного делового климата, созданию достойных условий труда [140, с. 122].

Компания ОАО «Газпром» усиливает влияние в проектах, направленных на социальную поддержку населения, создавая новые рабочие места, оказывая помощь военнослужащим, ветеранам, вкладывая средства в строительство объектов производственной и социальной инфраструктуры в регионах РФ. Каждый год компания выделяет значительные средства на строительство жилых домов, школ, больниц. К тому же ОАО «Газпром» осуществляет газификацию населённых пунктов России [140, с. 122].

Кроме того, ОАО «Газпром» активно поддерживает развитие российской науки, является учредителем многих российских научных общественных организаций и фондов, среди которых можно назвать Высший инженерный совет РФ, Неправительственный экологический фонд им. В.И. Вернадского и другие [140, с. 122].

Также оно уделяет особое внимание развитию спорта, активно взаимодействует с Министерством спорта, туризма и молодёжной политики Российской Федерации. С целью подготовки российских спортсменов к Олимпийским играм 2014 г. в г. Сочи ОАО «Газпром» начало оказывать финансовую поддержку Олимпийскому комитету России [140, с. 122].

Исследуя социальную политику ОАО «НК «Роснефть», необходимо отметить, что компания придерживается политики высокой социальной ответственности перед своими сотрудниками, населением регионов, в которых функционирует, и перед обществом в целом. Компания не только участвует в ряде крупных социальных и благотворительных проектов, но и организует их. Это проекты, направленные на обеспечение безопасных и комфортных условий труда, улучшение качества жизни сотрудников и их семей, материальную поддержку ветеранов и пенсионеров, а также на социальное и экономическое развитие регионов, в которых ОАО «НК «Роснефть» ведёт свою деятельность. Деятельность в сфере социальной ответственности является важной частью стратегии развития и функционирования компании, а её основные направления созвучны национальным проектам, реализуемым Правительством РФ [140, с. 122].

ОАО «НК «Роснефть» уделяет большое внимание проблеме защиты окружающей среды, поэтому тратит много сил на обеспечение приемлемых условий труда и эффективной охраны здоровья своих сотрудников. Помимо этого, компания постоянно расширяет масштаб своих социальных программ и контролирует эффективность их реализации.

Среди нефтегазовых компаний наиболее сильную социальную ответственность демонстрируют также ОАО «ТНК-ВР», ОАО «Сургутнефтегаз» и ОАО «Транснефть» [140, с. 122].

Опыт крупнейших зарубежных и российских нефтегазовых компаний показывает, что усилия, которые прилагает их руководство в сфере социальной ответственности, не остаются незамеченными обществом, а также дают компании различные преимущества. Они могут быть связаны с улучшением показателей в области охраны труда, техники безопасности, воздействия на окружающую среду, управления нефинансовыми рисками, удержания и мотивации персонала и улучшения деловой репутации. Большинство нефтегазовых корпораций понимает, что успех их деятельности во многом зависит от успеха сотрудничества с правительствами, партнёрами и поставщиками [140, с. 123].

При разработке социальных систем и программ в компаниях должна тщательно анализироваться экономическая целесообразность и эффективность (соотношение между затратами по отдельным программам и «выгодами» от них). Выбираться должны системы, способные при относительно невысоких издержках решить серьёзные проблемы (например, комплектование штата, закрепление кадров, снижение уровня заболеваемости и т.д.) При всегда ограниченных финансовых ресурсах (даже в такой крупной компании, как «ЛУКОЙЛ») должен выбираться известный набор мероприятий, оказывающий наибольшее влияние на кадровые ресурсы фирмы и на благосостояние общества [140, с. 123].

Крайне важно, чтобы были учтены интересы и особенности каждой сферы жизни общества, в которой проводятся программы социальной ответственности [140, с. 123].

В социальной отчетности нефтегазовых компаний, как правило, основной акцент делается на освещение проектов, направленных на ее стейкхолдеров. В то же время инвестирование средств в персонал освещается, прежде всего, во внутренних информационных ресурсах компании [138].

Нефтегазовая отрасль играет доминирующую роль в экономике современной России, и на российские нефтедобывающие компании приходится 12,8% от мирового объема добычи нефти.

Очевидно, что компании, оказывающие колоссальное влияние на развитие страны и во многом определяющие стабильность экономики и уровень жизни населения, должны вкладывать социальные инвестиции в развитие регионов и человеческого капитала [136, с. 29].

Анализ благополучателей нефтегазовых компаний позволяет прийти к заключению, что они предпочитают работать в тесном контакте с федеральными и региональными властями, финансируют объекты социальной инфраструктуры [136, с. 30].

Нефтяные компании также в большинстве своем не склонны к привлечению профессиональных организаций и передаче им на аутсорсинг управления благотворительной деятельностью. В отчетах не упоминается о неправительственных организациях, которым компании бы оказывали благотворительную или спонсорскую поддержку [136, с. 30].

Основным благополучателем и перераспределителем средств является государство, в частности муниципальные власти в регионах присутствия нефтегазовых предприятий [136, с. 30].

Государство играет определяющую роль в формировании структуры приоритетов благотворительности. Популярными сферами благотворительности оказываются те, в которых существуют концепции, определяемые государством, или доступна государственная поддержка. Выбор благополучателей, в большинстве случаев, вызван ожиданиями со стороны государства и региональных властей, исторически сложившимися отношениями между компаниями и руководством организаций-благополучателей [136, с. 30].

Таким образом, можно вывести основные черты, характерные для нефтегазовых компаний [136, с. 30]:

- выполнение бюджетозамещающих функций, работа напрямую с федеральными и региональными властями;
- консерватизм в выборе партнеров, благополучателей и направлений работы;
- специфические критерии выбора благополучателя, основанные на рекомендациях местных властей, а не на объективных критериях эффективности;
- ориентация на GR, а не на PR.

Программы КСО используются нефтегазовыми ТНК для формирования устойчивого репутационного эффекта, стабильных отношений с властью и не используются как прямой инструмент формирования лояльности конечного потребителя [136, с. 31].

Последняя гипотеза основана на предположении, что нефтегазовые компании в принципе не борются за потребителя и, исходя из этого, не используют благотворительные программы как элемент конкурентной стратегии. Для них социальные инвестиции – это необходимость и условие работы в некоторых регионах, поэтому они действительно вынуждены тратить часть средств на поддержку малочисленных народов севера или выполнять бюджетозамещающие функции под сильным давлением местных властей [136, с. 31].

Органы власти могут лоббировать интересы бизнеса при получении государственных или зарубежных заказов, установлении арендных ставок на землю, понижающих и повышающих коэффициентов [135, с. 129].

В процессе реализации социально-ответственной политики нефтегазовых предприятий возрастает роль корпоративного управления, обеспечивающего достижение социальных, экономических и экологических целей предприятия [132, с. 318].

Достижимый макроэкономический эффект является положительным результатом деятельности корпорации, который не находит прямого отражения в ее прибыли. Этот эффект заключается в [132, с. 318]:

- увеличении доли «человеческого капитала» и в связи с этим социального потенциала регионов, в которых действует корпорация;
- росте регионального и национального научно-технического потенциала, повышении восприимчивости к нововведениям;
- улучшении делового и инвестиционного климата, в том числе для развития малых и средних предприятий, выполняющих заказы корпораций и работающих по субподрядам;
- повышении деловой репутации корпорации и национального бизнеса в целом в связи с международным признанием ее информационной открытости, социальной ответственности и корпоративной культуры;
- сокращении государственных расходов на административное управление и контроль, выплату пособий по безработице, охрану общественного порядка, защиту окружающей среды в связи с развитием в регионах социальных и регулирующих функций корпораций, что позволяет сократить государственный аппарат, уменьшить налоги, ускорить развитие региональной рыночной, производственной и социальной инфраструктуры, предпринимательского климата;
- углублении региональной экономической интеграции и взаимовыгодных мирохозяйственных связей путем создания транснациональных корпораций, обеспечивающих больший эффект, чем межгосударственные соглашения об экономическом сотрудничестве.

В условиях современной действительности потребителю продукции важно, насколько активно компания участвует в решении социальных проблем собственного персонала и местного сообщества, как выстраивает отношения с деловыми партнерами, акционерами, средствами массовой информации, органами власти, потребителями, различными общественными группами [129, с. 84].

Деятельность крупных промышленных предприятий в этом аспекте является довольно показательной. В силу своей специфики, социальной значимости и масштабности осуществляемой деятельности они являются важнейшими субъектами экологической и социальной ответственности [129, с. 84].

Успешность реализации не только программ, на которые делается больший упор, но и остальных, не менее важных направлений социальной ответственности промышленного предприятия в регионе напрямую зависит от его целей и, самое главное, включенности социального компонента в корпоративную стратегию [129, с. 85].

До 70-х годов прошлого века на крупных предприятиях действовали разрозненные стандарты в различных областях корпоративного управления в сфере политики взаимоотношений с работниками, корпоративной этики, подходов к охране окружающей среды. В области же социальной политики даже у ведущих компаний не было выработано каких-либо правил, существовала лишь практика рассмотрения отдельных обращений работников, подготовки ответов на запросы местных властей или на требования профсоюзов и пр. [130, с. 52].

В каждой стране процесс формирования социальной ответственности крупных предприятий имеет свою специфику. Россия не является исключением: становление социальной ответственности на российских предприятиях обуславливается рядом исторических, ментальных, географических и других особенностей нашей страны. Причем некоторые из них созвучны идеям и принципам социальной ответственности, значительно облегчая процесс ее формирования, в первую очередь, на уровне предприятий, другие же, напротив, тормозят, а зачастую делают просто невозможным ее становление [130, с. 54].

В Российском Энциклопедическом словаре латинское слово «регион» расшифровывается и как синоним слова «район», и как «территория, часто очень значительная по своим размерам, не являющаяся таксономической единицей в какой-либо системе территориального членения» [126, с. 1309].

В «Словаре прикладной социологии» Л.Н. Коган определяет регион как «группу областей, краев, республик, составляющих территориальное и народнохозяйственное целое. В более широком и распространенном смысле словом «регион» в социологии называют любую самостоятельную в хозяйственно-экономическом и административном отношении территорию, начиная от сельского района и кончая крупными народнохозяйственными территориальными комплексами» [127, с. 140].

В целом в определении обозначенной дефиниции не выделяется культурная ее составляющая. Между тем социально-культурное проектирование на региональном уровне является необходимой составляющей региональной политики для развития местного населения [128, с. 161].

ОАО «Сургутнефтегаз» и дочерние общества ОАО «Газпром» являются градообразующими предприятиями региона, источником большинства рабочих мест. Объекты социальной инфраструктуры финансируются из налогов и других выплат предприятий. Стабильное функционирование предприятий зависит от социальной обстановки в городе, а она, в свою очередь, зависит от эффективности работы предприятия. Градообразующие предприятия, развивая инфраструктуру города, фактически косвенным путем инвестируют средства в своих сотрудников, повышая эффективность их работы.

Устойчивое развитие территорий – именно в таком аспекте чаще всего обсуждаются перспективы социально-экономического взаимодействия различных секторов общества на региональном уровне. В конечном итоге развитие территории является результатом согласованного взаимодействия принимаемых решений, которые осуществляются между различными объектами управления на конкретной территории [131].

На примере ООО «Газпром переработка» можно выделить основные сферы интереса бизнеса и органов власти в области корпоративной социальной ответственности.

1. Точное планирование затрат. Программы добровольного медицинского страхования, Положение о добровольном страховании работников от несчастных случаев, пенсионные планы, содержательные социальные пакеты объективно снимают часть нагрузки на региональные бюджеты. К примеру, ООО «Газпром переработка» в рамках генерального коллективного договора ОАО «Газпром» утвердило ряд положений, среди которых: Положение «О порядке, условиях выплаты и размерах компенсации стоимости путевок работникам ООО «Газпром переработка», «Об организации медицинского обеспечения работников ООО «Газпром переработка» и членов их семей», «О жилищном обеспечении работников и пенсионеров ООО «Газпром переработка», «По организации и оплате труда работников, работающих по нормированным заданиям в ООО «Газпром переработка», «О вахтовом методе организации работ в ООО «Газпром переработка», «О социальной защите пенсионеров ООО «Газпром переработка», «О поощрении работников ООО «Газпром переработка» за активное участие в деятельности уполномоченных по охране труда», «Перечень производств, профессий, должностей и работ с вредными и (или) опасными условиями труда ООО «Газпром переработка», которые дают право устанавливать доплаты работникам в зависимости от условий труда».

Важно отметить, что сам договор основан на принципах добровольности принятия взаимных обязательств и реальности их обеспечения.

2. Повышение экологической и промышленной безопасности и уровня охраны труда. В настоящее время, независимо от кризиса, эти темы имеют значение не только с экономической, но и с социальной точки зрения. Возможности для партнерства (а не прессинга) в этой сфере достаточно широки и пока, к сожалению, не слишком используются на практике [131]. На предприятии действует политика в области качества, охраны труда и промышленной безопасности и экологическая политика. Важно заметить, что провозглашенная

политика является основой для выработки целей и принятия управленческих решений в обозначенных областях деятельности.

В утвержденной политике ООО «Газпром переработка» в области охраны труда и промышленной безопасности, отмечается, что предприятие обеспечивает выполнение требований федерального и регионального законодательств, внутренних документов ОАО «Газпром» и Общества в области охраны труда и промышленной безопасности, включая международные стандарты; обеспечивает эффективное функционирование и непрерывное совершенствование системы управления охраной труда и промышленной безопасностью; использует все меры для своевременного предупреждения производственного травматизма и уменьшения влияния производственных и профессиональных факторов на здоровье работников Общества; обеспечивает соблюдение приоритетности планируемых и реализуемых действий и мер, направленных на предотвращение негативного воздействия факторов производства на работников Общества и население, перед мерами по ликвидации последствий такого воздействия; выявляет, оценивает и снижает риски в области охраны труда и промышленной безопасности и др.

Как показало исследование, утверждая экологическую политику ООО «Газпром переработка», предприятие взяло на себя такие обязательства, как: соблюдение требований международного и Российского природоохранного законодательства и экологических регламентов Общества в процессе осуществления своей деятельности; использование всех мер для своевременного предупреждения и уменьшения влияния деятельности на окружающую среду, осуществление технического и экологического контроля, применяя при этом современные технические средства; идентификация, оценка и минимизация рисков для окружающей природной среды в производственной деятельности и при разработке проектов развития Общества и др.

Перечисленные выше обязательства не просто продекларированы, они имеют под собой четко разработанную программу мероприятий с указанием сроков и ответственных [131].

Безусловно, современные тенденции мирового развития с каждым годом увеличивают внимание государства и общественности к повышению экологической и промышленной безопасности, уровня охраны труда. На региональном уровне соответствовать требованиям и темпам развития возможно только при тесном взаимодействии органов власти и организаций [131].

3. Оценка и планирование состояния трудовых ресурсов при значительных высвобождениях/перемещениях рабочей силы, потребность в новых профессиях и квалификациях работников при перепрофилировании предприятий. Продолжающаяся реструктуризация промышленных предприятий в регионе, а также естественные демографические процессы приводят к диспропорции между спросом на рабочую силу определенной квалификации со стороны компаний и предложением на рынке труда в регионе, что прямо влияет на состояние занятости. С помощью целевых программ и соглашений о социальном партнерстве удастся не только лучше управлять этими процессами, но и запускать программы на опережение. Бизнес также руководствуется вполне прагматичными соображениями. Компании заинтересованы в том, чтобы на предприятия приходили здоровые работники с необходимым уровнем образования [131]. К примеру, в ООО «Газпром переработка» принят «Порядок компенсации стоимости обучения в образовательных учреждениях высшего, среднего и начального профессионального образования», что является элементом социальной ответственности бизнеса.

К сферам интереса внешней социальной ответственности можно отнести расширение масштабов и рост эффективности целевых социальных программ. На региональном и муниципальном уровне действуют различные целевые социальные программы, направленные либо на профилактику и противодействие негативным социаль-

ным явлениям, либо, наоборот, на пропаганду положительных поведенческих моделей жителей. Партнерство в рамках КСО может быть использовано для того, чтобы увеличить масштаб и эффективность подобных программ или оперативно изменить их направленность. В рамках ежегодной социально-культурной программы нефтегазовые предприятия региона реализуют социально значимые мероприятия. Часть мероприятий носит целевой характер. Предприятия ежегодно оказывают благотворительную помощь общественным организациям и физическим лицам.

Необходимыми условиями для реализации внешней социальной ответственности являются [131]:

1. *Добровольность.* Принудительная «ответственность» не дает реальных положительных результатов и не достигает цели – устойчивого развития.

2. *Подвижность и разнообразие.* Внешняя социальная ответственность не может реализовываться на практике в каком-то одном, раз и навсегда определенном виде. Содержание совместной работы должно меняться в зависимости от: социально-экономической ситуации в регионе (от этого зависит выбор приоритетов); рыночной ситуации (от этого зависят возможности компании принимать на себя какие-либо добровольные обязательства); законодательного поля (от этого зависят возможности обоих участников партнерства); программ, осуществляемых другими компаниями и организациями, работающими в регионе.

3. *Совпадение приоритетов.* Если раньше большая часть благотворительных программ компаний реализовывалась на разовой основе (по запросам), то сейчас, в соответствии с концепцией устойчивого развития, большинство компаний переходит на системную деятельность: формулирует приоритетные направления, разрабатывает целевые программы. Для того чтобы партнерство было успешным, обе стороны должны уважать приоритеты друг друга и стараться найти точки взаимного интереса, не пытаясь навязать партнеру свои приоритеты.

4. *Создание благоприятных условий.* Решение этой задачи во многом зависит от органов власти и местного самоуправления, а также от активности саморегулируемых организаций бизнеса. Таким образом, внешняя социальная ответственность – это некие «правила игры», одинаковое понимание всеми заинтересованными сторонами целей и задач взаимодействия (партнерства). «Наполнение» партнерства может быть разнообразным и зависит от приоритетов сторон, от того, как они оценивают ситуацию в регионе, от профессионализма и «доброй воли» участников.

Таким образом, можно сказать, что организация – это нечто большее, чем экономическая целостность. Согласно этой точке зрения, современная организация является сложной частью окружения, включающего множество составляющих, от которых зависит само существование организации. К таким составляющим, иногда называемым посредниками (между организацией и обществом в целом), относятся местные сообщества, потребители, поставщики, средства информации, группы общественного давления, союзы или объединения, а также работники и держатели акций. Эта многослойная общественная среда может сильно влиять на достижение организацией ее целей, поэтому организации приходится уравнивать чисто экономические цели с экономическими и социальными интересами этих составляющих среды.

Организации несут ответственность перед обществом, в котором функционируют. Поэтому организациям необходимо направлять часть своих ресурсов и усилий по социальным каналам, жертвовать на благо и совершенствование общества. Более того, в обществе сложились определенные представления о том, как должна вести себя организация, чтобы считаться добропорядочным корпоративным членом обслуживаемых сообществ. Формирующаяся на этой основе точка зрения, в значительной мере определяемая общественными ожиданиями, сводится к тому, что организации должны ответственно действовать в таких многочисленных сферах, как защита среды

обитания, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителей и т.п.

Градообразующие предприятия регионального значения обращают особое внимание на повышение уровня социальной ответственности в таких областях своей деятельности, как научно-техническая, экологическая, кадровая и социальная политика, развитие корпоративной культуры, культуры труда и этики бизнеса, содействие формированию гражданского общества и благоприятного делового климата в регионе [132, с. 319].

Компания имеет право называть себя социально ответственной, если действует по принципам социальной ответственности и осуществляет комплекс социальных программ в приоритетных для неё направлениях. Социальная активность компании выражается в проведении разнообразных социальных программ как внутренней, так и внешней направленности. Отличительными особенностями программ социальной активности являются добровольность их проведения, системный характер и связанность с миссией и стратегией развития компании [133].

Исследование особенностей социальной ответственности российского бизнеса приводит к выводу, что компании, включенные в разные отраслевые группы, имеют существенные различия в масштабах социальных программ. Очевидно, что для формирования потоков социальных инвестиций значительно большее значение имеет отраслевая и производственная специфика компании, нежели ее принадлежность к той или иной форме собственности, размер бизнеса и другие параметры [50, с. 34].

Ассоциацией менеджеров был проведен расчет индексов социальных инвестиций для трех отраслевых кластеров (сырьевого, перерабатывающего секторов и сферы услуг) за восемь лет [19, 50, 80]. В соответствии с данными, полученными в ходе исследования, можно утверждать, что сырьевой сектор, включающий предприятия нефтегазовой отрасли, является лидером по уровню социальных инвестиций на одного работника и удельного веса социальных инвести-

ций в валовых продажах. Вероятно, это связано с конъюнктурными факторами предприятий топливно-энергетического комплекса – цены на нефть, газ и сопряженные с ними доходы компаний, – а также с более глубокой интеграцией в международную экономику. Лидерство данной отрасли представляется естественным, учитывая, что именно она в настоящее время дает наибольший объем поступлений в ВВП страны [48, с. 51].

По мнению автора, еще одной особенностью социальной ответственности российских компаний нефтегазовой отрасли является низкий уровень информационной прозрачности, подробности и структурированности раскрываемых данных. Ситуация с отслеживанием социальных расходов по отдельным статьям практически не улучшилась за период с 2005 по 2014 г. Можно утверждать, что это косвенно свидетельствует об отсутствии четких критериев отбора и последующей оценки эффективности реализуемых корпоративных социальных проектов во многих крупных нефтегазовых компаниях.

На основании проведенного анализа можно отметить, что при всем обилии и разнообразии социальных программ, реализуемых на предприятиях топливно-энергетического комплекса, редко удастся встретить в открытом доступе на сайтах компаний и в их социальных отчетах детальное описание программы с прописанной целью реализации, мероприятиями для ее достижения и их результатами.

При этом следует иметь в виду, что предприятиями нефтегазовой отрасли корпоративная социальная деятельность во многих случаях продолжает ассоциироваться с PR и замыкается на соответствующих службах.

В результате проведенного анализа можно отметить, что все большее количество компаний из разных стран, в том числе нефтегазовых, публикуют нефинансовые отчеты. По данным Регистра нефинансовых отчетов, который ведет Corporateregister.com, по состоянию на конец 2011 г. Регистр содержит 38 030 отчетов, опубликованных 8673 компаниями, начиная с 1991 г. При этом заметен поступательный характер развития этого процесса: каждые 5 лет количество опубликованных отчетов удваивается [35, с. 4].

В сложившемся понимании нефинансовый (социальный) отчет определяется как доступное, достоверное, сбалансированное и связанное описание основных аспектов деятельности компании и результатов достижений, связанных с ценностями, целями, политикой устойчивого развития по вопросам, представляющим наибольший интерес ключевых заинтересованных сторон [34, с. 31].

По состоянию на 28 января 2015 г. в Национальный Регистр нефинансовых отчетов внесена 151 компания, зарегистрировано отчетов – 557, которые выпущены в период, начиная с 2000 г. В их числе: экологические отчеты (ЭО) – 51, социальные отчеты (СО) – 245, отчеты в области устойчивого развития (ОУР) – 179, интегрированные отчеты – 60, отраслевые отчеты – 22. В табл. 3.4 приведены данные по отчетам в разрезе отраслей [33].

Таблица 3.3

Распределение отчетов по отраслевой принадлежности компаний
(28 января 2015г.) [33]

Отраслевая принадлежность компаний	Число компаний	Количество отчетов				
		ИО	ОУР	СО	ЭО	Итого
Нефтегазовая	19	0	74	9	27	110
Энергетика	38	41	34	40	5	120
Металлургическая и горнодобывающая	17	5	21	39	0	65
Химическая, нефтехимическая, парфюмерная	9	9	8	20	0	37
Деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная	4	0	0	4	15	19
Производство пищевых продуктов	9	0	14	17	0	31
Телекоммуникационная	10	2	4	18	0	24
Финансы и страхование	17	3	12	54	0	69
Жилищно-коммунальное хозяйство	4	0	0	11	1	12
Цементное производство и строительство	2	0	1	0	1	2
Образование, здравоохранение	5	0	0	10	0	10
Транспорт	5	0	3	10	2	15
Прочие виды услуг	3	0	5	1	0	6
Некоммерческие организации	5	0	3	12	0	15
ИТОГО	147	60	179	245	51	535
Отраслевые отчеты	4	0	1	21	0	22
ВСЕГО	151	60	180	266	51	557

Источник: Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей

Анализ данных таблицы показывает, что абсолютными лидерами нефинансовой отчетности остаются компании, осуществляющие добычу топливно-энергетических полезных ископаемых [70, с. 3].

Нельзя не отметить, что в 2008 г. съездом РСПП принята обновленная Социальная хартия российского бизнеса (далее – социальная Хартия). К социальной Хартии присоединилось 253 организации (компании, отраслевые и региональные объединения бизнеса и другие НКО) с общей численностью более шести миллионов работников [33]. В основе социальной Хартии лежат принципы Глобального договора ООН, Международного стандарта ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». Данные документы являются базисом для социальных отчетов.

Результаты проведенного анализа структуры и состава элементов социального отчета приводят автора к выводу, что социальные отчеты включают экономические, экологические и социальные индикаторы, перечень которых представлен в табл. 3.4.

Таблица 3.4

Базовые индикаторы деятельности

Финансово-экономические индикаторы
1. Объем реализации продукции (услуг)
2. Доходы / (EBITDA (Доход до налогообложения))
3. Чистая прибыль
4. Активы
5. Объемы закупок у внешних поставщиков
6. Капитальные затраты
7. Чистые подтвержденные запасы
8. Налоги и обязательные платежи
9. Затраты на рабочую силу (выплаты работникам)
10. Выплаты дивидендов акционерам
Экологические индикаторы
1. Потребление энергии
2. Потребление / сброс воды
3. Выбросы в атмосферу
4. Доля перерабатываемых отходов в общем объеме отходов
5. Загрязнение земель
6. Шумовое, вибрационное и другие виды физического воздействия

Окончание табл. 3.4

Социальные индикаторы
1. Общая численность персонала
2. Объем реализации социальных инвестиций на одного работника
3. Общие затраты на рабочую силу
4. Средняя заработная плата
6. Уровень производственного травматизма
7. Количество часов обучения на одного работника
8. Текучесть кадров

Следует отметить, что наиболее объемной частью практически любого социального отчета является внутренний компонент КСО, так как именно этот аспект в большой степени поддается количественной оценке [70, с. 6].

По мнению Д.А. Ендовицкого, во внутреннем компоненте КСО наиболее полно раскрывается информация об ответственности работодателя перед персоналом (табл. 3.5) [70, с. 6]. При этом данное направление является наиболее содержательным, и учесть в нем все без исключения аспекты достаточно трудно.

Таблица 3.5

Раскрытие показателей внутреннего компонента КСО [70, с. 6]

Показатель	Раскрытие, %
Общая численность персонала, социально– демографическая структура	100
Количество несчастных случаев	89
Среднемесячная заработная плата в организации	78
Текучесть кадров	72
Затраты на мероприятия по охране и улучшению условий труда	72
Общая численность сотрудников, прошедших обучение, переобучение и повышение квалификации	67
Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	56
Количество молодых специалистов, ежегодно принимаемых на работу	30
Минимальный уровень оплаты труда в организации	17

Следующим направлением социальной ответственности, которому компании уделяют наибольшее внимание, по мнению Д.А. Ендовицкого, является благотворительность и спонсорство. Можно согласиться с тем, что это вызвано доминирующим отношением к благотворительности как основной форме реализации социальной от-

ветственности бизнеса. Стоит отметить, что особенно это имеет место в тех регионах, где предприятие является градообразующим (например, ОАО «Сургутнефтегаз» в г. Сургуте).

Круг показателей отчетности и оценки данного вопроса заметно меньше, чем у предыдущего, и может быть сведен к перечню благотворительных программ, величине затрат на их реализацию, охвату и регулярности осуществления [70, с. 7].

Важное место в нефинансовой отчетности компании занимает экологический аспект. В этом разделе преимущественно раскрываются показатели по направлениям природоохранной деятельности в соответствии с европейским Классификатором направлений природоохранной деятельности (СЕРА 2000):

- охрана атмосферного воздуха и проблемы изменения климата;
- очистка сточных вод;
- обращение с отходами;
- защита и реабилитация земель, подземных и поверхностных вод;
- защита окружающей среды от шумового, вибрационного и других видов физического воздействия;
- сохранение биоразнообразия и среды обитания;
- радиационная безопасность;
- другие направления природоохранной деятельности [72, с. 64].

Данные показатели используются для расчета платы за негативное воздействие на окружающую среду (выбросы в атмосферу, сбросы в воду, отходы). В отчетах представлена информация об инициативах компаний по смягчению воздействия производства на окружающую среду, а также приводится объем средств, направляемых на ее охрану [70, с. 7].

В табл. 3.6 представлены основные экологические показатели и соотнесено их наличие в отчетах российских предприятий.

На основании приведенных в таблице данных аналитического обзора корпоративных нефинансовых отчетов за 2008–2011 гг. можно сделать вывод, что компании нефтегазовой отрасли не использу-

ют в отчетах такие показатели, как разливы нефти, объемы сжигаемых газов в факелах (диоксида серы, оксиды азота, летучие органические вещества).

Таблица 3.6

Основные экологические показатели, наиболее часто используемые в отчетах зарубежных компаний [35]

Основные экологические показатели, наиболее часто используемые в отчетах зарубежных компаний	Наличие показателя в отчетах российских компаний
1. Объемы выбросов парниковых газов	Частично или редко
2. Объемы сжигаемых газов в факелах (диоксида серы, оксиды азота, летучие органические вещества)	Не используется
3. Разливы нефти	Не используется
4. Потребление пресной воды, повторное использование воды	Частично или редко
5. Отходы (опасные, неопасные, всего, повторно используемые отходы)	Используется полно или часто
6. Количество энергии, сэкономленной в результате мероприятий	Используется полно или часто
7. Энергоэффективность (показатели Energy Intensity Index, Chemicals Energy Index)	
8. Внешняя оценка деятельности по охране окружающей среды (награды)	Используется полно или часто
9. Затраты на мероприятия по охране окружающей среды	Используется полно или часто
10. Штрафы за нарушение экологических норм и требований	Частично или редко

Необходимо отметить, что постепенно все большее число отечественных компаний осознает важность разработки социального отчета и его представления в открытом доступе, но в международном контексте наша страна пока выглядит достаточно скромно. Согласно исследованию КПМГ*, Россия занимает лишь 22-е место среди стран, представляющих отчетность в области устойчивого развития [71].

Если посмотреть на страновую принадлежность компаний, формирующих нефинансовые отчеты, заметно преобладание компаний из Великобритании, США и Японии (более 3 тыс. отчетов) (рис. 3.3). Среди остальных в основном активны европейские компании.

* Международная сеть фирм, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги.

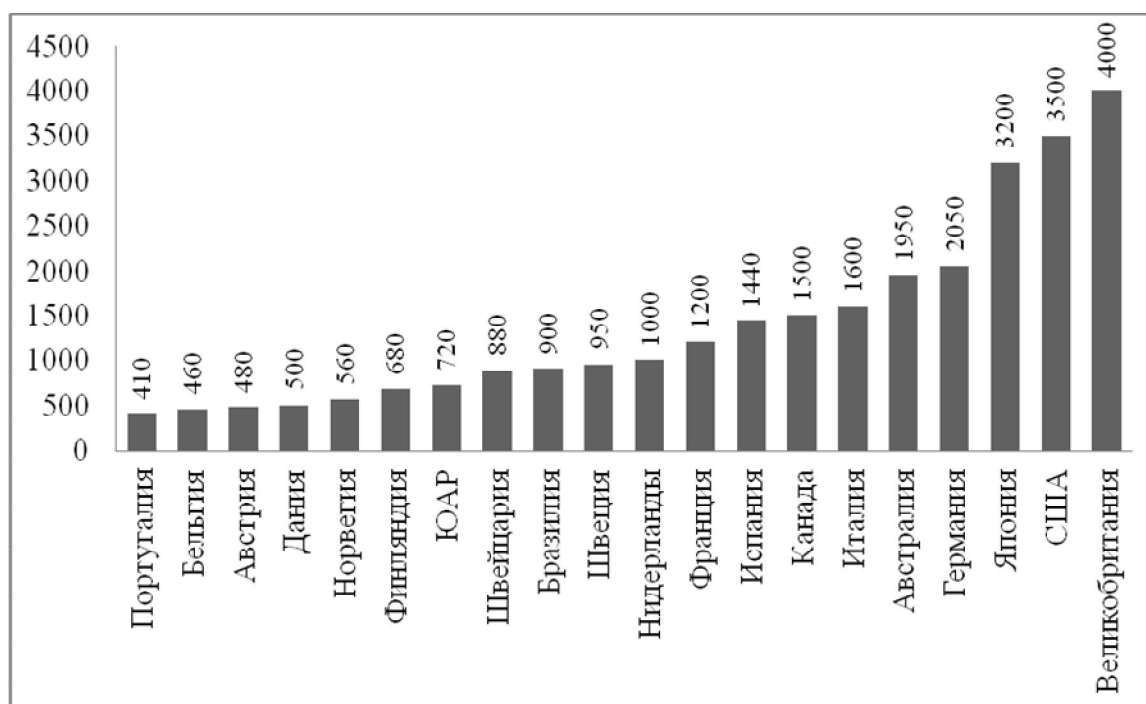


Рис. 3.3. Страны-лидеры в области нефинансовой отчетности (1992–2010гг.) [36]

В последние несколько лет наиболее динамично процесс развивается в странах БРИК: вслед за Бразилией, где за последние 5 лет наблюдался взрывной рост количества отчитывающихся компаний, такими же быстрыми темпами удивляет Китай, а в последнее время начали появляться нефинансовые отчеты в Индии. При этом, согласно данным социального инвестиционного форума [37], почти треть крупных компаний развивающихся рынков при подготовке нефинансовых отчетов используют системы отчетности «Глобальной инициативы по отчетности» (GRI), т.е. считают целесообразным анализировать свою деятельность комплексно: с позиций экономической, экологической и социальной результативности.

Как показали исследования в Тихоокеанском регионе, в странах, входящих в Ассоциацию южноазиатских стран (АСЕАН), согласно исследованию АССА [38], отчетность развивается с 1999 г. Сегодня от 11 до 49 компаний этих стран включены в процесс нефинансовой отчетности, лидером является Малайзия.

К аналогичным выводам пришли авторы еще одного исследования, проведенного в этом же регионе, – в Индии, Индонезии, Филиппинах, Вьетнаме и Таиланде: в этих странах наблюдается рост количества отчитывающихся компаний, что является, по мнению авторов исследования, в основном заслугой местных правительств, регуляторов финансовых площадок, а также консалтинговых и аудиторских компаний [39].

Выводы, которые можно сделать, руководствуясь сведениями, содержащимися в Corporateregister.com, хорошо коррелируют с результатами исследований и рейтингов, которые публикуют другие организации. Например:

- В 2006 г. около 50% компаний, представленных в списке Fortune 250, выпускали отчеты в области устойчивого развития. В 2009 г. количество таких компаний составило более 905;

- По состоянию на конец 2010 г. 93 из 100 компаний, входящих в рейтинг Standard & Poors, регулярно выпускают нефинансовые отчеты;

- По данным GRI, в 2010 г. количество отчетов, выполненных с использованием данного руководства, возросло на 30% по сравнению с 2009 г.;

- Исследование Sethi International Centre for Corporate Accountability (2010) [40] показало, что из 1384 компаний разных стран (включая страны Азиатского региона), чьи акции обращаются на фондовых биржах, 513 регулярно выпускают нефинансовые отчеты.

Таким образом, нефинансовая отчетность все больше воспринимается как общепринятый атрибут корпоративного поведения [35]. Основные социальные показатели, наиболее часто используемые в отчетах зарубежных компаний, представлены в табл. 3.7.

Регулярная нефинансовая отчетность готовится в соответствии с Международными (GRI, AccountAbility 1000 SES и AS) и национальными стандартами, принципами Глобального договора ООН.

Таблица 3.7

**Основные социальные показатели, наиболее часто используемые
в отчетах зарубежных компаний [35]**

Основные социальные показатели, наиболее часто используемые в отчетах зарубежных компаний	Наличие показателя в отчетах российских компаний
1. Численность сотрудников	Используется полно или часто
2. Количество несчастных случаев со смертельным исходом (сотрудники, подрядчики)	Используется полно или часто
3. Травматизм – частота всех регистрируемых несчастных случаев (на 1 млн рабочих часов)	Используется полно или часто
4. Общая частота регистрируемых профессиональных заболеваний	Частично или редко
5. Отсутствие по болезни (число дней в % к общему числу рабочих дней)	
6. Гендерный состав (на низших, средних и высших руководящих должностях)	Используется полно или часто
7. Удовлетворенность работников (%)	Не используется
8. Доля работников, представленных в профсоюзах	Частично или редко
9. Расходы на приобретение товаров и услуг местных компаний	Не используется
10. Количество контрагентов, аннулированных из-за несоблюдения деловых принципов	Не используется
11. Количество совместных предприятий, с которыми было прекращено сотрудничество	Не используется
12. Инвестиции в социальные программы	Используется полно или часто

Анализ нефинансовой отчетности позволяет произвести оценку по таким критериям, как сущностное понимание КСО, ее место в системе ценностей компании, характер и формы взаимодействия компании со стейкхолдерами, основные направления реализации социальных программ, а также динамика основных показателей социальной активности, проблемы и направления дальнейшего развития [70, с. 3].

Проведенное автором исследование позволило выявить особенности социальной ответственности предприятий топливно-энергетического комплекса ХМАО-Югры, заключающиеся в том, что Ханты-Мансийский автономный округ занимает лидирующие позиции среди субъектов РФ по добыче газа, нефти и по объему промышленного производства, и, соответственно, специфика формирования социально-экономической сферы в автономном округе состоит в том, что основу экономики составляет нефтегазодобывающая

отрасль [41]. Поэтому без совместных усилий бизнес-структур и региональной власти невозможно осуществление социальной политики региона.

Нефтегазовые компании (ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Нефтяная компания «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «НГК «Славнефть», дочерние общества ОАО «Газпром»), работающие в ХМАО-Югре, заключают соглашения о социально-экономическом партнерстве с органами местной власти, Правительством ХМАО-Югры. Соглашения предусматривают:

- партнерство в вопросах социально-экономического развития автономного округа;
- осуществление природоохранной деятельности;
- развитие научно-технического потенциала и инвестиционной привлекательности Югры;
- реализацию совместных инвестиционных проектов; мероприятий по поддержке массового и профессионального спорта, науки, образования культуры; строительству жилья, капитальному ремонту и содержанию объектов социального назначения;
- компенсации для коренных народов Севера Сургутского, Белоярского, Ханты-Мансийского районов;
- развитие минерально-сырьевой базы, экологии, энергосбережения.

По результатам анализа нами были выявлены, в зависимости от сферы регулирования социально-трудовых отношений нефтегазовыми компаниями, следующие соглашения:

1. Генеральное соглашение между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством Российской Федерации на 2014–2016 годы (далее – Соглашение). В числе приоритетных целей Соглашения – формирование условий для самореализации граждан, роста реальных доходов работников и уровня жизни населения, устранения причин бедности, развитие человеческого потенциала как основного

фактора экономического роста, поддержка инициатив по участию в развитии социальной сферы и человеческого капитала [81]. Данное Соглашение является составной частью коллективно-договорного процесса в системе социального партнерства и служит основой для разработки и заключения отраслевых соглашений на федеральном уровне и региональных соглашений. Стоит заметить, что данное генеральное соглашение уже в течение ряда лет пролонгируется и подписывается.

2. Отраслевое соглашение по организации нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства объектов нефтегазового комплекса Российской Федерации на 2014–2016 годы (регистрационный № 5/14-16 от 30.01.2014). Данное соглашение заключено между работниками в лице Профсоюза работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства Российской Федерации с одной стороны, и работодателями в лице Общероссийского объединения работодателей нефтяной и газовой промышленности с другой стороны. Отраслевое соглашение – это правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения и устанавливающий общие принципы регулирования связанных с ними экономических отношений [83].

Основные цели Соглашения:

- создание действенного механизма поддержания социальной стабильности в организациях, как важнейшего условия поступательного развития отрасли;
- установление минимальных отраслевых гарантий по оплате труда и компенсациям, охране труда, а также определение механизма их предоставления;
- определение расходов работодателей на оплату труда работников и иных расходов, обусловленных трудовыми отношениями, для использования при формировании тарифов в отраслях, цены на продукцию (услуги) которых регулируются государством;
- принятие обязательств, направленных на обеспечение рациональных и благоприятных для работников режимов труда и отдыха; содействие занятости работников;

- создание на основе выполнения обязательств Сторонами Соглашения заинтересованности работников в повышении собственных показателей работы и достижении плановых результатов деятельности Организаций;

- создание предпосылок для совершенствования и развития механизма социального партнерства [83].

Необходимо отметить, что социальные льготы, гарантии и компенсации могут быть предусмотрены в тарифном соглашении. В ОАО «Газпром» утвержден Генеральный коллективный договор на 2013–2015 годы.

На основании изучения коллективных договоров нефтегазовых компаний автором сделан вывод, что регулирование социально-трудовых отношений на данных предприятиях осуществляется комиссией по коллективным переговорам. Корпоративная социальная политика осуществляется эффективно, если в ней заинтересованы работодатель, администрация организации и работники. Они должны вести совместную деятельность, направленную на согласование интересов и решение социально-экономических и производственных проблем организации [63, с. 100].

Основными задачами комиссии являются:

- при необходимости – проведение консультаций по проектам локальных нормативных актов, касающихся социально-трудовых прав и интересов работников;

- рассмотрение вопросов, возникающих в ходе выполнения коллективного договора, по инициативе работников, работодателя, профсоюза;

- при необходимости – разработка изменений и дополнений к коллективному договору и принятие решений об их внесении;

- толкование и разъяснение отдельных положений коллективного договора;

- организация контроля выполнения коллективного договора, рассмотрение хода его выполнения и подведение итогов по его выполнению;

- подготовка и заключение коллективного договора.

Основными принципами создания комиссии по коллективным переговорам являются:

- добровольность участия сторон в деятельности комиссии;
- полномочность сторон;
- самостоятельность и независимость сторон при определении персонального состава своих представителей в комиссии.

Необходимо отметить, что в соответствии с законодательством организации должны осуществлять обязательные социальные выплаты с учетом особенностей производства в регионе. Предприятия нефтегазового комплекса ХМАО-Югры, расположенные в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, предоставляют следующие социальные льготы работникам в соответствии с трудовым законодательством [82]:

- применяется районный коэффициент для расчета заработной платы (ст. 316 ТК РФ). Он компенсирует различия в стоимости жизни, обусловленные природно-климатическими условиями и разницей в ценах на товары и тарифах на услуги;

- выплачивается процентная надбавка к заработной плате за стаж работы в данных районах или местностях (ст. 317 ТК РФ);

- одному из родителей (опекуну, попечителю, приемному родителю), имеющему ребенка в возрасте до шестнадцати лет, по его письменному заявлению ежемесячно предоставляется дополнительный выходной день без сохранения заработной платы (ст. 319 ТК РФ);

- для женщин устанавливается 36-часовая рабочая неделя, если меньшая продолжительность рабочей недели не предусмотрена для них федеральными законами (ст. 320 ТК РФ);

- работающим в районах Крайнего Севера предоставляются дополнительные оплачиваемые отпуска продолжительностью 24 календарных дня, а лицам, работающим в местностях, приравненных к районам Крайнего Севера, – 16 календарных дней (ст. 321 ТК РФ).

Очевидно, что предприятия нефтегазового комплекса, работающие в ХМАО-Югре, имеют производственную специфику и гео-

графические особенности размещения производства. Данное обстоятельство, по нашему мнению, определило необходимость:

- предоставления работникам служебного транспорта для осуществления их доставки к месту работы и обратно;
- использования вахтового метода организации работ,
- заключения с транспортными организациями договоров о доставке работников на вахту;
- создания вахтовых поселков;
- установления некоторым работникам разъездного, подвижного характера работ;
- предоставления оплачиваемой корпоративной сотовой связи.

Следует обратить внимание на еще одну важную особенность социальной ответственности предприятий нефтегазового комплекса: в социальной политике организаций значительное место принадлежит социальным программам. По мнению А.Н. Аверина, социальная программа организации представляет собой добровольно осуществляемую деятельность в социальной сфере, которая носит системный характер, связана со стратегией ее развития и направлена на удовлетворение запросов сторон, заинтересованных в деятельности организации [63, с. 98]. В подтверждение последнего тезиса автором выделены основные направления социальных программ, представленные на рис. 3.4.

Нефтегазовые компании имеют целевые социальные программы для социальной защиты работников и пенсионеров предприятия, работающих инвалидов, поддержки ветеранов великой отечественной войны, а также коренных малочисленных народов Севера, содействия переселению высвобождаемых работников из районов Крайнего Севера и приравненных к ним местностям.

Нефтегазовые компании (ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Нефтяная компания «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «НГК «Славнефть», дочерние общества ОАО «Газпром»), работающие в ХМАО-

Югре, реализуют социальные программы для обеспечения дополнительных гарантий и льгот персоналу в области здравоохранения, лечения, отдыха, физической культуры и спорта, социальной защиты. Данные предприятия имеют собственные профильные санаторно-курортные учреждения и лечебные базы, в которых реализуются эти программы. Часть стоимости путевок оплачивают работники, остальная часть финансируется за счет средств обязательного социального страхования и собственных средств компании. В период летних каникул для детей работников организации приобретают (централизованно) путевки в детские оздоровительные лагеря.

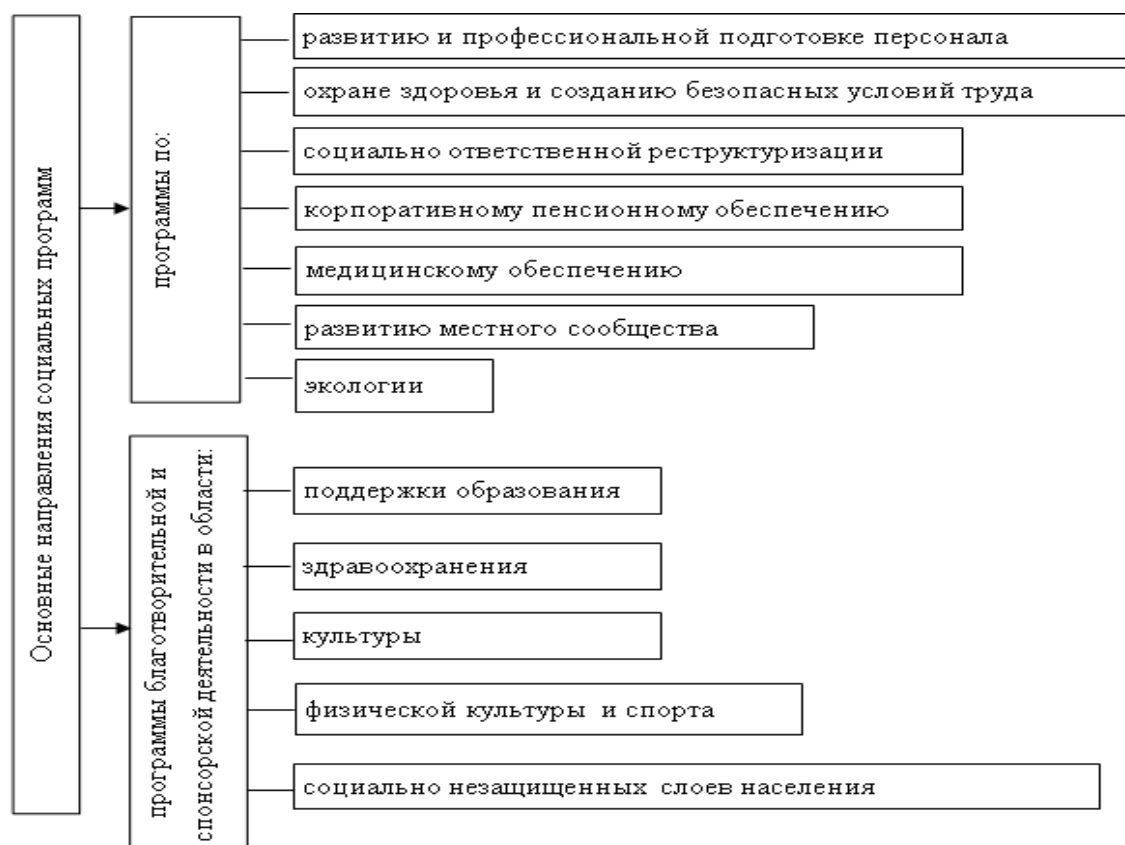


Рис. 3.4. Основные направления социальных программ

ОАО «Сургутнефтегаз» поддерживает общественную организацию коренных малочисленных народов Севера «Спасение Югры». В ее рамках компания поддерживает развитие традиционных промыслов коренного малочисленного народа ханты, проживающего на

территории деятельности ОАО «Сургутнефтегаз». Семьям ханты выделяется транспорт для вывоза заготовленной продукции, закупаются и безвозмездно выделяются лодки и лодочные моторы, снегоходы, горюче-смазочные материалы, дизельные электростанции; оплачивается обучение детей ханты в высших и средне-специальных учебных заведениях, обеспечивается лечение таежных жителей в лечебных учреждениях и санаториях России. Реализация данных мероприятий направлена на оказание помощи коренным малочисленным народам Севера в возрождении традиционных народных промыслов, улучшении условий жизни оленеводов, рыболовов и охотников.

В целом можно говорить о том, что на предприятиях нефтегазовой отрасли может применяться индивидуальное и групповое вознаграждение персонала. При групповом вознаграждении оплачиваются результаты работы подразделения (группы, бригады), структурного подразделения, организации в целом. При вознаграждении за результаты работы подразделения устанавливается единый фонд заработной платы для его работников. Распределение коллективного заработка осуществляется работниками подразделения. Для каждого работника может устанавливаться коэффициент трудового участия, который отражает степень вклада работника в достижение общего результата. Он определяет долю работника в коллективном заработке [63, с. 123].

В ходе исследования установлено, что в ОАО «Сургутнефтегаз» и дочерних обществах ОАО «Газпром» существует компенсационный пакет, представляющий собой систему вознаграждений работника за результаты труда. С точки зрения автора, основное назначение компенсационного пакета – это повышение материальной заинтересованности работников в выполнении и перевыполнении установленных производственных заданий, качественном исполнении своих трудовых обязанностей, достижении высоких экономических показателей на основании повышения производительности труда и экономии расходования материальных, топливно-энергетических и природных ресурсов.

А.Н. Аверин выделяет три основных элемента, из которых состоит компенсационный пакет: основная оплата труда (базовая заработная плата), дополнительная оплата (побудительные выплаты, премии, бонусы), социальные выплаты и льготы (бенефициты). Базовая заработная плата является постоянной частью денежного вознаграждения. Она состоит из базового должностного оклада и надбавок, доплат, которые выплачиваются с учетом индивидуальных особенностей работника. Бонусы представляют дополнительное вознаграждение за результаты труда работника. Премии относятся к дополнительному вознаграждению персонала. Существуют премии по результатам работы организации и результатам работы работника. Бенефициты являются вознаграждением, получаемым работниками за работу в данной организации [63, с. 122].

Стоит отметить, что каждая нефтегазовая компания самостоятельно формирует свой социальный пакет. Его назначение – увеличить доходы и социально защитить работников.

Обобщая, можно сказать, что в вознаграждении персонала значительное место занимает оплата труда. По мнению А.Н. Аверина, под оплатой труда понимается система отношений, связанных с обеспечением установления и осуществления работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с законами, нормативными правовыми актами, коллективными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами и трудовыми договорами [63, с. 126].

А.Н. Аверин выделяет следующие функции заработной платы: воспроизводственную, стимулирующую, учетно-производственную. Воспроизводственная функция означает, что заработная плата компенсирует затраты работника в процессе трудовой деятельности и подготовки к ней. Стимулирующая функция проявляется в том, что заработная плата способствует достижению требуемых результатов труда за счет вознаграждения за труд. Учетно-производственная функция выражается в том, что заработная плата характеризует меру участия труда работника в образовании цены продукта, его долю в совокупных издержках производства [63, с. 129].

В заработную плату включаются компенсационные и стимулирующие выплаты. Компенсационные выплаты предназначены для возмещения потенциальных потерь работнику по не зависящим от него причинам. Стимулирующие выплаты призваны формировать у работника побудительные мотивы к труду и повышению его производительности и эффективности. Работодатель имеет право устанавливать различные системы премирования, стимулирующих доплат и надбавок. Компенсационные и стимулирующие выплаты состоят из надбавок и доплат. Надбавки служат для компенсации и стимулирования работника в связи с постоянно действующими факторами труда, устойчивыми профессиональными и квалификационными характеристиками и деловыми качествами работника. Доплаты компенсируют воздействие на работника переменных факторов труда. Они устанавливаются за работу в условиях труда, которые отклоняются от нормальных условий. Доплаты и надбавки дают возможность оплачивать труд в повышенном размере [63, с. 129–130]. В табл. 3.8 приведены существующие виды доплат и надбавок на предприятиях нефтегазовой отрасли.

Таблица 3.8

Существующие виды доплат и надбавок на предприятиях
нефтегазовой отрасли

Доплаты	Надбавки
за выполнение обязанностей временно отсутствующего работника	за вахтовый метод работы, подвижной, разъездной характер работы, работу в пути
за совмещение профессий (должностей)	за высокое профессиональное мастерство
за работу на тяжелых работах, работах с вредными и (или) опасными и иными особыми условиями труда	за время в пути к месту работы
за руководство бригадой, звеном	за высокие достижения в труде
за работу по графику с разделением рабочего дня на части	за выполнение особо важных работ
за ненормированный рабочий день	за классность (водителям автомобилей)
за увеличение объема работ, за расширение зон обслуживания	за личный вклад в результаты производственной деятельности
за руководство производственной практикой, проведение стажировок, курирование работ, выполняемых учащимися образовательных учреждений в возрасте от 14 до 17 лет, принятыми на работу на период летних каникул	за работу со сведениями, составляющими государственную тайну; за стаж работы в подразделениях по защите государственной тайны
за работу по нормированным заданиям (для рабочих)	за ученую степень

По мнению автора, предоставление данных надбавок и доплат обусловлено необходимостью установления различия в заработной плате для обеспечения равных условий воспроизводства рабочей силы, создания стимулов для привлечения и закрепления кадров в районах с неблагоприятными природными и климатическими условиями.

3.3. Оценка социальной ответственности организаций нефтегазового комплекса

В современных условиях реализация эффективной политики социальной ответственности влияет практически на все ключевые социально-экономические показатели деятельности предприятия, приносит дополнительную прибыль компании и имеет положительный эффект для общества. Однако отметим, что однозначной общепринятой комплексной методики оценки социальной ответственности организаций в настоящее время в экономической науке не сформулировано.

С точки зрения авторов, оценка социальной ответственности бизнеса должна основываться на определенном наборе показателей. Поскольку исследование социальной ответственности организаций возможно только с помощью системы показателей, дающих числовое измерение количественных и качественных характеристик объекта, связей между ними, тенденций их измерения, представляется целесообразным проведение комплексной оценки социальной ответственности.

По мнению В.Н. Шитова, О.Ф. Цымбалиста, на практике, в частности, могут применяться следующие методы [77]:

- метод сумм, когда, например, суммируются темпы прироста отобранных показателей;
- средняя арифметическая взвешенная, когда темпы прироста суммируются с учетом веса каждого показателя по какому-либо принципу;

- метод ранжирования (суммы мест), когда суммируются места, достигнутые предприятиями по отобранным показателям (наименьшая сумма мест означает первое место);
- метод балльной оценки, когда каждый показатель имеет свой весовой балл и в баллах оцениваются приращения показателей по определенной шкале;
- различные методы рейтинговой оценки;
- графические методы.

В.Н. Шитов, О.Ф. Цымбалист отмечают, что метод сумм предусматривает суммирование значений изучаемых показателей. Его недостаток – возможность высокой оценки результатов по интегрированному индикатору при значительном отставании по какому-нибудь частному показателю, который покрывается за счет высоких достижений по другим частным показателям [77, с. 60].

Интегральный показатель комплексной оценки, определяемый методом сумм, предполагает суммирование фактических значений и рассчитывается для каждого хозяйствующего субъекта по следующей формуле [77, с. 60]:

$$K = \sum_{i=1}^n x_{ij}^{\phi} / x_{ij}^{\bar{\phi}},$$

где n – число показателей;

x_{ij}^{ϕ} , $x_{ij}^{\bar{\phi}}$ – соответственно фактическое и базисное значение i -го показателя для j -й фирмы.

Как отмечают В.Н. Шитов, О.Ф. Цымбалист, из приведенного алгоритма при определении рейтинга методом детерминированной комплексной оценки встает проблема расчета весовых коэффициентов показателей. В определенной степени эта проблема может быть решена, если при расчете единого интегрального показателя использовать балльную систему оценки. Для присвоения баллов необходимо определить систему пороговых значений для частных показателей. Баллы показателям должны присваиваться исходя из попадания в определенный диапазон значений. Интегральный показатель в этом случае будет определяться путем суммирования баллов по частным

показателям. Поскольку в алгоритме не представлена формула расчетов весовых коэффициентов, предполагается, что в данном случае также предусматривается экспертная оценка, которая носит субъективный характер [77, с. 60].

По нашему мнению, оценка социальной ответственности организаций может быть проведена на основе разработки рейтинга предприятий с учетом совокупного влияния слагаемых социальной ответственности бизнеса.

В основе установления рейтинга предприятия лежит набор социально-экономических коэффициентов. Коэффициенты, включаемые в набор, получают оценку в баллах, высота которых зависит от значения данного коэффициента в качестве критерия оценки и от степени соответствия нормативному, количественно выраженному уровню.

Для оценки социальной ответственности организаций предлагается использовать метод многомерного рейтингового анализа, алгоритм которого состоит из нескольких этапов.

Этап 1. Обосновывается система показателей, с помощью которых будут оцениваться результаты социальной ответственности предприятия, собираются данные по этим показателям, и формируется матрица исходных данных. Сравнительная оценка должна учитывать все важные параметры социальной ответственности бизнеса и базироваться не на произвольном наборе показателей, а на характеристиках тех аспектов деятельности предприятия, которые имеют существенное значение для социальной ответственности. К таким характеристикам, по мнению автора, следует относить показатели, приведенные в табл. 3.9.

Таблица 3.9

Матрица группировки исходных данных оценки показателей

№ п/п	Показатель	Соответствие значения показателя итоговому баллу				
		1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
1	2	3	4	5	6	7
1	Коэффициент использования рабочих по квалификации	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
2	Коэффициент повышения квалификации кадров	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$

Окончание табл. 3.9

1	2	3	4	5	6	7
3	Коэффициент стабильности кадров	$\geq 0,40$	$\geq 0,50$	$\geq 0,60$	$\geq 0,70$	$= 0,80$
4	Коэффициент соответствия рабочих мест типовым	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
5	Коэффициент обеспеченности санитарно-бытовыми помещениями	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
6	Коэффициент условий производственного быта	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
7	Коэффициент соотношения среднемесячной заработной платы работников предприятия и в регионе	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
8	Коэффициент обеспеченности жильем	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
9	Коэффициент обеспеченности детскими учреждениями	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
10	Коэффициент обеспеченности лечебно-оздоровительными учреждениями	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
11	Коэффициент обеспеченности культурно-просветительскими учреждениями	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
12	Коэффициент обеспеченности спортивными сооружениями	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$

Рассчитанные значения показателей, имеющих различную размерность и единицы измерения, приведены в сопоставимый вид. Для этого по каждому показателю приводится сравнение с условным эталонным предприятием, имеющим наилучшие результаты (т.е. рекомендуемые, оптимальные значения всех рассматриваемых показателей). Эталонном сравнения является самое социально ответственное предприятие, достигшее в данном аспекте деятельности наилучших результатов [77, с. 60].

В.Н. Шитов, О.Ф. Цымбалист отмечают, что в данном случае мы имеем дело с определенными наблюдаемыми свойствами изучаемых и измеряемых объектов. Для установления объективных сопоставимых числовых значений различных характеристик в подобных случаях применяется метрическая шкала отношений. По каждому показателю положительной направленности в матрице находится максимальное значение и принимается за эталонное (5 баллов). Показателям, не со-

ответствующим рекомендованным значениям, выставляется меньший балл (от 1 до 4) в соответствии с заданными ограничениями [77, с. 61].

Этап 2. Далее необходимо провести расчет показателей социальной ответственности предприятия, используя для этого различные коэффициенты, характеризующие социальную ответственность. Рассматриваются два реально существующих крупных нефтегазовых предприятия (назовем их Предприятие 1 и Предприятие 2, с целью неразглашения коммерческой тайны), по показателям которых представлены баллы в зависимости от их соответствия той или иной оценочной категории [77, с. 61].

Составим табл. 3.10 показателей комплексной оценки социальной ответственности Предприятия 1 и Предприятия 2 (условные примеры в связи с конфиденциальностью данных конкретных исследуемых предприятий).

Таблица 3.10

Показатели социальной ответственности Предприятий за 2012-2014 гг.

Показатель	Предприятие 1			Предприятие 2		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Коэффициент использования рабочих по квалификации	1,0	0,80	0,75	0,35	1,0	0,75
Коэффициент повышения квалификации кадров	1,0	0,80	0,35	1,0	1,0	0,35
Коэффициент стабильности кадров	0,80	0,65	0,65	0,75	0,80	0,80
Коэффициент соответствия рабочих мест типовым	1,0	0,35	0,35	0,95	1,0	1,0
Коэффициент обеспеченности санитарно-бытовыми помещениями	1,0	0,35	0,35	0,35	0,80	0,75
Коэффициент условий производственного быта	0,65	0,75	0,75	1,0	1,0	1,0
Коэффициент соотношения среднемесячной заработной платы работников предприятия и в регионе	1,0	0,80	0,80	0,95	1,0	1,0
Коэффициент обеспеченности жильем	1,0	0,80	0,35	1,0	1,0	0,55
Коэффициент обеспеченности детскими учреждениями	1,0	1,0	1,0	0,95	0,95	0,95
Коэффициент обеспеченности лечебно-оздоровительными учреждениями	1,0	0,35	0,35	0,95	1,0	1,0
Коэффициент обеспеченности культурно-просветительскими учреждениями	1,0	0,35	0,35	0,95	1,0	1,0
Коэффициент обеспеченности спортивными сооружениями	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

Оценим каждый показатель по 5-балльной шкале (табл.) на основе матрицы группировки исходных данных для сравнения [77, с. 61].

Этап 3. В рамках системы координат сопоставляются рассматриваемые предприятия по заявленным характеристикам (показателям). На каждой оси с использованием определенного масштаба измерения отмечаются точки, соответствующие величине критерия. Линия, проходящая через них, образует многоугольник. Более совершенный графический метод – график-радар, на котором изображаются сразу два многоугольника. Они построены на 12 осях, соответствующих 12 выбранным критериям, суммарные значения которых приведены в табл. 3.11 [77, с. 61–62].

Таблица 3.11

Балльная оценка показателей социальной ответственности
предприятий, баллы

Показатель	Предприятие 1				Предприятие 2			
	2012	2013	2014	Суммарный балл	2012	2013	2014	Суммарный балл
1	3	4	5	12	1	3	5	9
2	1	1	5	7	5	4	5	14
3	3	5	3	11	5	4	5	14
4	1	4	5	10	1	5	5	11
5	4	5	4	13	5	4	5	14
6	3	3	3	9	5	5	5	15
7	1	1	5	7	3	1	4	8
8	5	5	5	15	4	4	4	12
9	3	3	4	10	2	5	5	12
10	5	5	5	15	5	5	5	15
11	3	2	2	7	5	4	5	14
12	3	2	2	7	5	4	5	14

Радар социальной ответственности предприятия строится по следующим правилам [77, с. 62]:

- круг делится радиальными оценочными шкалами на равные сектора, число которых равно числу критериев;
- по мере удаленности от центра круга значение критерия улучшается;
- шкалы на радиальных прямых градуируются так, чтобы все значения критериев лежали внутри оценочного круга;

– для сравнения предприятий их радары строятся на одном и том же круге.

Рассматриваемый метод позволяет определить обобщенный показатель социальной политики для каждого предприятия по формуле [77, с. 62]

$$I = \frac{S_p}{S},$$

где S_p – площадь радара (многоугольника);

S – площадь оценочного круга.

В данном случае значение площади оценочного круга S будет радаром того самого эталонного нефтегазового предприятия, которому присущи оптимальные значения по всем рассматриваемым показателям. Большинство используемых методик дают сравнение организаций только друг с другом. Авторский метод является не только наглядным, но и дает объективную оценку социальной политики анализируемых предприятий. Важно отметить, что правильным будет сравнение с идеальным предприятием. Построим графики-радары для Предприятия 1 и Предприятия 2 (рис. 3.5).

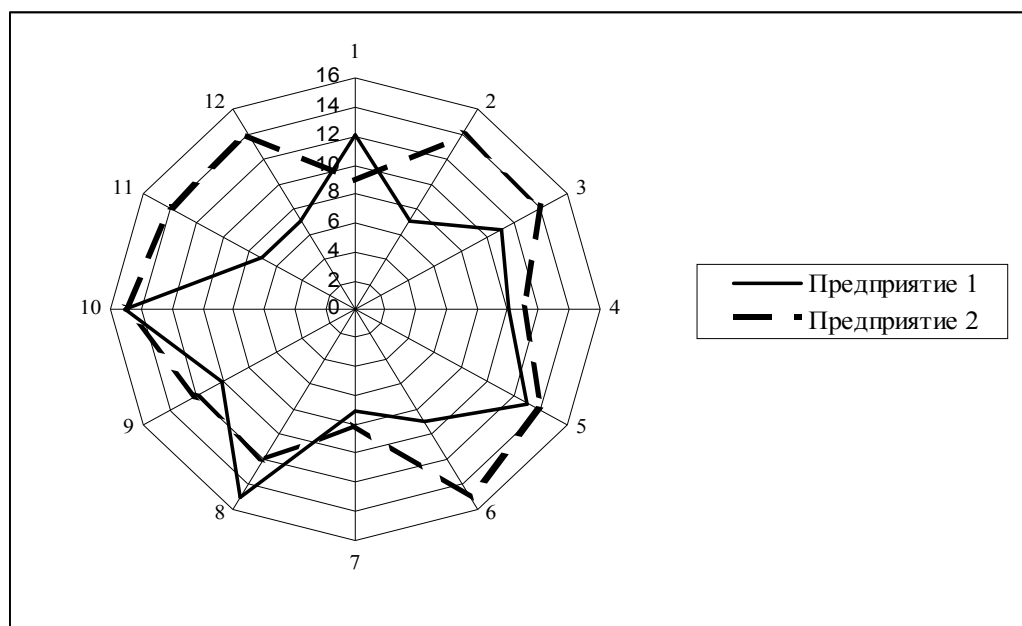


Рис. 3.5. Графики-радары социальной ответственности Предприятия 1 и Предприятия 2 на оценочном круге

Рассчитаем площадь каждой фигуры. Пусть $\{X_i, Y_i\}$, $i = 1, 2, \dots, n$ – последовательность координат соседних друг другу вершин многоугольника без самопересечений. Тогда его площадь вычисляется по формуле [77, с. 62]

$$S = \frac{1}{2} \left| \sum_{i=1}^n (X_i + X_{i+1})(Y_i - Y_{i+1}) \right|,$$

где X_i, Y_i – соответствующие координаты вершины.

Тогда площадь радара социальной ответственности Предприятия 1 будет равна 313,75 квадратных единиц, площадь радара социальной политики Предприятий 2 – 444,25 квадратных единиц.

Площадь всего оценочного круга определяется по известной формуле $S = \pi R^2$.

Длина радиуса оценочного круга составляет 15 единиц, поскольку это максимально возможное количество баллов, выставленных эталонному предприятию. Следовательно, площадь оценочного круга составляет 706,86 квадратных единиц.

Этап 4. Анализ полученных результатов. Проведенные выше расчеты показали, что социальная ответственность Предприятия 2 выше, чем Предприятия 1. Данные результаты получены на основании сравнения площади многоугольника предприятия с площадью оценочного круга:

$$I_1 = 444,25 / 706,86 = 0,63;$$

$$I_2 = 313,75 / 706,86 = 0,44;$$

$$0,63 > 0,44.$$

Таким образом, построенный график дает зрительную оценку и наглядное представление, как выглядит обобщенный критерий социальной ответственности каждого предприятия. К тому же преимущества данного метода оценивания в том, что он является комплексным, так как учитывается наибольшее количество факторов, влияющих на социальную ответственность организации.

По нашему мнению, многоугольник социальной ответственности, созданный на основе графического соединения оценок положе-

ния предприятия по наиболее значимым направлениям деятельности, позволяет сравнивать возможности предприятий. Автор разделяет точку зрения В.Н. Шитова, О.Ф. Цымбалиста, заключающуюся в том, что накладывая один многоугольник на другой, можно выявить сильные и слабые стороны предприятий относительно друг друга [77, с. 63].

Таким образом, отраслевая принадлежность компаний оказывает существенное влияние не только на уровень социальной политики, но и на выбор направлений социальных инвестиций (табл. 3.12). Нельзя не отметить, что основной закономерностью во всех компаниях является превалирование двух «внутренних» направлений инвестирования, связанных с развитием персонала и охраной его здоровья, над четырьмя «внешними» направлениями, охватывающими местное сообщество, потребителей, деловых партнеров и экологию [48, с. 53].

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что предприятия сырьевого сектора направляют большую часть социальных расходов на развитие персонала (2003 г. – 40,5%, 2007 г. – 54,8%, 2011 г. – 45,9%). Структура инвестиций, направляемых на формирование человеческого капитала (2003 г. – 49,9%, 2007 г. – 64,5%, 2011 г. – 66,0%), и инвестиций, направленных на развитие внешней среды, благоприятствующей устойчивому развитию компании (2003 г. – 50,1%, 2007 г. – 35,5%, 2011 г. – 34,0%), указывает на сбалансированность проводимой предприятиями топливного комплекса социальной политики. Однако наблюдается отрицательная динамика выделяемых средств на обеспечение добросовестной деловой практики в отношении потребителей, поставщиков и иных деловых партнеров в период с 2003 г. до 2011 г.

Средства, направляемые на природоохранную деятельность и ресурсосбережение, сократились за период практически вдвое (с 36,8% в 2003 г. до 19,1% в 2011 г.), а инвестиции в местное сообщество, напротив, выросли (с 8,3% в 2003 г. до 11,0% в 2011 г.). Последнее изменение может быть связано, в частности, с жилищной политикой

большинства топливных компаний: в целях повышения качества жизни своих работников компании вводят в эксплуатацию новые дома, развивают социальную инфраструктуру прилегающих к предприятиям территорий. Из изложенного выше можно сделать вывод о том, что социальная инфраструктура участвует в воспроизводственном процессе человеческого капитала, создает необходимые условия для полноценной жизни общества.

Таблица 3.12

Структура социального инвестирования по секторам экономики с 2003г. по 2011г. по направлениям инвестирования, % от общего объема социальных инвестиций [19, 50, 80]

Сектор экономики	Развитие персонала			Охрана здоровья и безопасные условия труда персонала			Добросовестная деловая практика в отношении потребителей			Добросовестная деловая практика в отношении поставщиков и иных деловых партнеров		
	2003 г.	2007 г.	2011 г.	2003 г.	2007 г.	2011 г.	2007 г.	2011 г.	2003 г.	2003 г.	2007 г.	2011 г.
1	2			3			4			5		
Сырьевой сектор	40,5	54,8	45,9	9,4	9,7	20,1	1,6	0,0	2,6	0,2	0,1	
Перерабатывающий сектора	50,1	44,9	42,6	9,5	12,5	6,6	1,3	10,9	4,9	1,0	0,8	
Сфера услуг	60,5	46,3	42,1	16,2	8,5	7,8	16,8	3,8	3,8	2,0	6,2	
В среднем по компаниям-респондентам	50,4	48,7	43,5	11,7	10,2	11,5	6,6	4,9	3,8	1,1	2,4	
Сектор экономики	Поддержка местного сообщества			Природоохранная деятельность и ресурсосбережение			Другое					
	2003г.	2007г.	2011г.	2003г.	2007г.	2011г.	2003г.	2007г.	2011г.			
6	7			8			9					
Сырьевой сектор	8,3	17,4	11,0	36,8	16,3	19,1	2,4	—	3,8			
Перерабатывающий сектор	12,9	9,4	15,1	17,1	30,9	15,3	5,5	—	8,7			
Сфера услуг	9,6	15,3	34,7	5,7	11,0	2,2	4,2	—	3,2			
В среднем по компаниям-респондентам	10,3	14,0	20,3	19,9	19,4	12,2	3,9	—	5,2			

Анализ статистических данных, представленных в табл. 3.12, показал, что доля вложений в развитие персонала продолжает занимать стабильно первое место в общей структуре социальных инве-

стиций предприятий сырьевого сектора, причем эта статья демонстрирует рост и стремительно приближается к 70% от общего объема вложений в социальную политику. Стоит отметить, что за рассматриваемый период статистические данные по вопросам охраны здоровья и безопасным условиям труда персонала отображают положительные тенденции (2003 г. – 9,4%, 2007 г. – 9,7%, 2011 г. – 20,1%). Так, доля этой статьи увеличилась в 2011 г. более чем в два раза по сравнению с 2003 г. На производстве требуется высококвалифицированный персонал в связи со сложностью и иногда вредностью технологического процесса [129, с. 85]. По мнению автора, это свидетельствует о том, что передовые российские компании сырьевого сектора строят не сиюминутные, а долгосрочные стратегии развития бизнеса, вкладывая существенные средства в поддержание трудового потенциала и здоровья персонала и обеспечивая адекватную технику безопасности [48, с. 60].

Из анализа данных по годам в течение исследуемого периода, представленных в табл. 3.12, видно, что вложения в природоохранную деятельность и ресурсосбережение занимают в списке приоритетов вторую-третью позицию. Такая ситуация вызывает определенную обеспокоенность. В условиях растущего общественного внимания к проблемам устойчивого развития, экономного расходования природных ресурсов, эффективной утилизации и вторичному использованию переработанных материалов, предприятия сырьевого сектора демонстрируют относительно слабую вовлеченность в попытки их решения. Проводимые же компаниями мероприятия носят в основном «защитный» характер и направлены на снижение соответствующих краткосрочных рисков [48, с. 61].

Природа существования промышленных организаций связана с постоянной ограниченностью ресурсов и нарушением экологического равновесия, поэтому ресурсосбережение и экология также являются приоритетными направлениями корпоративной социальной ответственности. Стремление соответствовать международным стандартам

экологической безопасности подталкивает промышленные компании к вложению достаточно больших средств в уменьшение своего влияния на экологию [129, с. 85].

Анализ практик и направлений социального инвестирования на основе нефинансовой отчетности более 50 зарубежных и российских компаний (Blizzard Entertainment, British American Tobacco, British Petroleum, Hewlett-Packard Company, Nokia Corporation, Panasonic Corporation, Shell, The Walt Disney Company, ОАО «Аэрофлот», ОАО «Сбербанк России», ОАО «Газпром», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «РЖД» и др.) за 2010–2014 гг. позволил сформировать наиболее распространенные направления социальных инвестиций, которые приведены в табл. 3.13.

Таблица 3.13

Направления социальных инвестиций в соответствии со средой распространения

Направление социальной ответственности	Нефтегазовая компания	Стимул для инвестирования
1	2	3
Внутрифирменная среда инвестирования		
Повышение благосостояния персонала	ОАО «Роснефть»	Повышение вовлеченности и лояльности персонала, материальное стимулирование сотрудников
Стратегические ориентиры, корпоративное управление	ОАО «Газпром»	Воплощение принципов, изложенных в миссии и целях компании, сплочение коллектива
Ответственность за продукцию и услуги	British Petroleum, ОАО «Роснефть»	Повышение качества и безопасности продукции, повышение ответственности персонала за результаты труда
Обеспечение безопасности	ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Газпром», Shell	Обеспечение безопасной и бесперебойной работы компании для сотрудников и клиентов
Развитие человеческого капитала	ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Татнефть», ОАО «Газпром»	Обучение и развитие кадров, формирование кадрового резерва
Науки и инновации	Shell	Стремление к совершенствованию и развитию, овладение новыми технологиями
Внешняя среда инвестирования		
Охрана окружающей среды, предупреждение чрезвычайных ситуаций	British Petroleum, ОАО «Роснефть», ОАО «Татнефть», ОАО «Газпром»	Повышение лояльности к компании, повышение безопасности производства, предупреждение негативных последствий деятельности компании

Окончание табл. 3.13

1	2	3
Спонсорство, взаимодействие со стейкхолдерами	ОАО «Газпром»	Наращивание конкурентных преимуществ, узнаваемость бренда, лояльность клиентов и местного сообщества, имидж
Решение общественных задач, развитие местного сообщества, взаимодействие с властью	ОАО «ЛУКОЙЛ», Shell	Повышение эффективности взаимодействия с властью и местным сообществом, развитие партнерских отношений с властью, заинтересованными лицами
Благотворительность, социальное партнерство	ОАО «Газпром»	Альтруизм, стремление к социальному сотрудничеству

По мнению А.В. Елисеева, социальное партнерство осуществляется на трех уровнях: макро- (федеральном), мезо- (региональном, отраслевом) и микроуровне (на конкретном предприятии). В этих условиях решающее значение принадлежит первичному звену – коллективным договорам. Разработка и исполнение коллективного договора в целом являют собой осуществление социально-партнерских отношений на крупном предприятии [152, с. 77].

Наибольшее развитие социальное партнерство получило на локальном уровне, то есть уровне отдельных организаций (или индивидуальных предпринимателей), результатом которого является заключение коллективных договоров [150, с. 93]. Коллективный договор обладает средствами стимулирования трудовой активности работников. С учетом экономических возможностей организации этот документ может пробудить интерес работников к творческому и производительному труду путем установления моральных и материальных стимулов в виде дополнительных отпусков, надбавок и доплат к основной заработной плате, льгот и компенсаций. Квалифицированная разработка этого акта позволит заложить в нем значительные возможности для стимулирования социально активных работников [151, с. 52].

Современная практика нефтегазовых организаций показывает, что коллективный договор является основным правовым актом, ре-

гулирующим взаимоотношения компании с работниками и определяющим основные направления развития социального партнерства.

По результатам проведенного анализа сделан вывод, что коллективный договор имеют все исследуемые нефтегазовые компании (ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Нефтяная компания «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «НГК «Славнефть», дочерние общества ОАО «Газпром» и др.), работающие в ХМАО-Югре. Однако стоит отметить, что сам факт наличия или отсутствия документа не является исчерпывающим для формирования оценки социальной ответственности бизнеса.

Согласование интересов работников и работодателей в сфере социально-трудовых отношений осуществляется путем переговоров и завершается заключением коллективных договоров и соглашений. Коллективный договор может быть заключен в филиалах организации, ее представительствах и других обособленных структурных подразделениях. В качестве представителя работодателя выступает руководитель соответствующего подразделения, уполномоченный на это работодателем [63, с. 100]. Заключение коллективных договоров и соглашений – важный элемент социального партнерства [60, с. 481].

Коллективно-договорное регулирование социально-трудовых отношений является неотъемлемой характеристикой системы социального партнерства независимо от понимания его сущности. Однако стоит особо отметить то, что различные представления о сущности социального партнерства находят свое проявление в содержании коллективных договоров.

В ст. 40 Трудового кодекса РФ дается следующее определение коллективного договора: это правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения в организации или у индивидуального предпринимателя и заключаемый работниками и работодателем в лице их представителей. Договоры заключаются на срок от одного до трех лет. Заключение коллективных договоров – способ социальной защиты трудящихся [61, с. 282].

В ходе проведения сравнительного анализа содержания коллективных договоров нефтегазовых компаний, работающих в ХМАО-Югре, установлено, что, в конечном счете, в них фиксируются взаимные обязательства сторон по следующим вопросам:

- основные обязанности сторон (работодателя, профсоюза и работников);
- продолжительность рабочего времени и времени отдыха (включая вопросы предоставления и продолжительности оплачиваемых отпусков, отпусков без сохранения заработной платы);
- формы, системы и размеры оплаты труда;
- механизм регулирования оплаты труда с учетом роста цен, инфляции (индексация заработной платы), выполнения показателей, определенных коллективным договором;
- занятость, переквалификация, условия высвобождения работников;
- выплаты пособий и компенсаций;
- социальные льготы и гарантии;
- профессиональное обучение;
- улучшение условий и охраны труда работников;
- экологическая безопасность и охрана здоровья работников на производстве;
- гарантии и льготы работникам, совмещающим работу с обучением;
- оздоровление и отдых работников и членов их семей;
- обеспечение нормальных условий деятельности представителей работников (профсоюзных органов);
- контроль выполнения коллективного договора, порядок внесения в него изменений и дополнений;
- ответственность сторон;
- порядок информирования работников о выполнении коллективного договора;
- другие вопросы, определенные сторонами.

Можно сделать вывод, что основными направлениями социальной ответственности в нефтегазовых компаниях являются следующие: деятельность в области труда и социально-трудовых отношений, включая оплату и охрану труда, социальное партнерство; обеспечение занятости работников; развитие кадрового потенциала; участие в социальном обеспечении и страховании; развитие объектов социальной инфраструктуры предприятия; социальная защита персонала [91].

Одной из составных частей социальной ответственности бизнеса является социальная защита. А.Н. Аверин под социальной защитой понимает защиту от социальных и профессиональных рисков, от отрицательного воздействия неблагоприятных факторов социальной среды [63, с. 95]. Иначе говоря, она представляет собой систему мер по предоставлению льгот, гарантий и компенсаций, созданию безопасных условий труда на основе комплекса социально-трудовых, организационно-технических, санитарно-гигиенических, лечебно-профилактических, реабилитационных и иных мероприятий, необходимых для нормальной производственной деятельности.

Социальная защита направлена на оздоровление, профилактику заболеваемости, охрану, восстановление здоровья и трудоспособности работника, формирование единых подходов к решению вопросов защиты интересов работников в сфере оплаты труда, занятости, и включает:

- единовременную компенсационную выплату работникам, пострадавшим от несчастных случаев или получивших профессиональное заболевание в связи с выполнением своих трудовых обязанностей (функций);
- оплату лечения заболеваний, протезирования и других видов медицинской и социальной помощи работникам, пострадавшим в результате несчастных случаев на производстве, связанных с выполнением ими своих трудовых обязанностей (функций);
- направление на лечение согласно медицинским показаниям работающих инвалидов, получивших трудовое увечье во время работы в организации;

- компенсацию расходов на приобретение санаторно-курортных, туристических и других путевок;
- комплекс медицинских мероприятий, направленных на оздоровление, профилактику заболеваемости, охрану и восстановление здоровья работников;
- единые корпоративные нормы по оплате труда работников;
- ежемесячную материальную помощь работникам, высвобожденным в связи с сокращением численности или штата;
- профессиональную переподготовку высвобождаемых работников с целью их дальнейшего трудоустройства по новой специальности (профессии) при отсутствии медицинских противопоказаний;
- негосударственное пенсионное обеспечение, добровольное медицинское страхование.

Социальные льготы, гарантии и компенсации направлены на реализацию работником права на труд, выбор места работы, профессии, специальности.

Нельзя недооценить значимость социального обеспечения, поскольку именно его можно рассматривать как материальное обеспечение работников и предоставление им социальных услуг. Социальное обеспечение включает: компенсационные выплаты, доплаты, единовременные пособия и вознаграждения, пенсии, материальную помощь, беспроцентный заем, предоставление бесплатной или частично оплачиваемой медицинской помощи, социальные льготы, выплачиваемые организацией.

По мнению А.Н. Аверина, социальные услуги предоставляются с целью привлечь и закрепить квалифицированных работников, стимулировать персонал и увеличивать доходы работников, создать определенный имидж организации и благоприятное мнение о ней [63, с. 95].

По нашему мнению, предприятия могут получать определенные выгоды от предоставления социальных услуг: возможно снижение потерь рабочего времени из-за болезни и, как следствие, повышение производительности труда, сокращение текучести кадров, уменьшение количества забастовок.

На предприятиях нефтегазового сектора, работающих в ХМАО-Югре, работникам предоставляются медицинские, образовательные, транспортные, жилищно-коммунальные, социально-бытовые услуги, абонементы на спортивные занятия, санаторно-курортные путевки и другие социальные услуги. В данных организациях это в определенной мере скрытая заработная плата работников.

Анализ содержания коллективных договоров нефтегазовых компаний, работающих в ХМАО-Югре, позволил выделить основные направления социальных выплат. К ним относятся:

1. Взносы на страхование жизни работников, добровольное медицинское и пенсионное страхование, страховые платежи по другим договорам страхования;

2. Пенсии организации, надбавки к пенсиям, единовременное пособие работникам, увольняющимся по достижению возраста, дающего право на трудовую пенсию по старости;

3. Компенсация расходов на приобретение санаторно-курортных, туристических и других путевок;

4. Оплата стоимости проезда к месту использования отпуска и обратно работникам и членам семьи;

5. Компенсация стоимости путевок в организации отдыха детей и их оздоровления, приобретаемых работодателем (централизованно) для детей работников;

6. Оплата медицинских услуг, в том числе направление на санаторно-курортное и реабилитационно-восстановительное лечение при наличии медицинских показаний и медицинского заключения;

7. Выплата единовременной материальной помощи работникам:

- 7.1) впервые вступившим в брак;

- 7.2) при рождении ребенка (усыновлении, удочерении ребенка в возрасте до трех лет, оформлении опекуна над ребенком в возрасте до трех лет);

- 7.3) имеющим на иждивении ребенка-инвалида;

- 7.4) имеющим многодетную семью;

- 7.5) имеющим малообеспеченную семью;
- 7.6) после увольнения с военной службы или альтернативной гражданской службы и поступления на работу в то же дочернее общество, где он работал до призыва на военную службу;
- 7.7) в случае смерти близких родственников.
- 8. Выплата материальной помощи к праздничным и торжественным датам;
- 9. Оплата подготовки, профессиональной переподготовки и повышения квалификации и выплата стипендии обучающимся работникам;
- 10. Компенсация расходов на посещение детьми работников секций и кружков в учреждениях культуры и спорта (образовательных учреждениях), а также дополнительное образование детей в музыкальных, художественных, спортивных, компьютерных школах, образовательных учреждениях по обучению иностранным языкам;
- 11. Оплата расходов на содержание детей работников в муниципальных и ведомственных дошкольных образовательных учреждениях;
- 12. Выплата ежемесячного пособия работникам, находящимся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет;
- 13. Оплата жилья (предоставление бесплатно или со скидкой служебного жилья, оплата приобретения квартиры, расходов по содержанию и ремонта жилья);
- 14. Оплата абонементов в группы здоровья, занятия в спортивных секциях;
- 15. Выплата материальной помощи в случае смерти работника, а также компенсация расходов на услуги по погребению умершего работника;
- 16. Выплаты выходного пособия при прекращении трудового договора;
- 17. Выплата выходного и единовременного пособия в случае увольнения работников в связи с ликвидацией организации, сокращением численности или штата работников.

Более подробно рассмотрим основные социальные льготы, гарантии и компенсации, предусмотренные Генеральным коллективным договором ОАО «Газпром» и его дочерних обществ на 2013–2015 годы [89].

В целях возмещения вреда работникам, получившим профессиональное заболевание или пострадавшим в результате несчастного случая на производстве, выплачивается единовременная компенсационная выплата. При смертельном исходе и установлении инвалидности первой группы размер пособия составляет 10 годовых заработков, второй группы – 5, третьей группы – 1 годовой заработок. При временной утрате трудоспособности более четырех месяцев подряд размер выплаты равен 0,5 годового заработка, а при установлении инвалидности без ограничения способности к трудовой деятельности – годовому заработку. Членам семьи работников, погибших в результате несчастных случаев на производстве, сохраняется право на участие в корпоративной программе жилищного обеспечения, возможность получать медицинское обеспечение, а их детям – возможность пользоваться дошкольными и школьными образовательными учреждениями и организациями отдыха детей и их оздоровления на равных условиях с работниками. Осуществляется оплата лечения заболеваний, протезирования и других видов медицинской и социальной помощи работникам, пострадавшим в результате несчастных случаев на производстве. Работающих инвалидов, получивших трудовое увечье во время работы в ОАО «Газпром» и его дочерних обществах, направляют на лечение согласно медицинским показаниям. В случае невозможности направления на лечение выплачивается один раз в год материальная помощь. Компенсируются расходы на услуги по погребению умершего работника, если смерть наступила в результате несчастного случая на производстве, а также одному из членов семьи умершего работника оказывается материальная помощь.

При выполнении плановых и аварийных огневых и газоопасных работ при условии их непрерывного проведения свыше восьми

часов работников обеспечивают бесплатным горячим питанием. Работникам, заключившим трудовые договоры о работе в дочерних обществах ОАО «Газпром», расположенных в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, а также в районах Севера, в которых начисляются районный коэффициент и процентная надбавка к заработной плате, но не отнесенным к районам Крайнего Севера и приравненным к ним местностям, и прибывшим в соответствии с этими договорами из других регионов Российской Федерации, предоставляется: оплачиваемый отпуск продолжительностью семь календарных дней для обустройства на новом месте и единовременное пособие.

Работникам в пределах утвержденных бюджетов дочерних обществ ОАО «Газпром» предоставляются дополнительные оплачиваемые отпуска (в случаях: рождения ребенка; регистрации собственного брака или брака детей; смерти родных братьев (сестер), родителей супруга (супруги) работника; проводов сына на военную службу по призыву в Вооруженные Силы, другие войска и воинские формирования Российской Федерации и пр.).

Осуществляется дополнительное негосударственное пенсионное обеспечение работников через Негосударственный пенсионный фонд «ГАЗФОНД».

В случае если доход на одного человека в семье работника, являющегося студентом образовательного учреждения высшего и среднего профессионального образования, направленного работодателем на учебу на основе договоров с образовательными учреждениями, меньше прожиточного минимума, установленного на данной территории, выплачивается ежемесячное пособие.

Сохраняется преимущественное право на поступление на работу в ОАО «Газпром» и его дочерние общества в течение трех месяцев после увольнения с военной службы или альтернативной гражданской службы за молодыми работниками, работавшими до призы-

ва на военную службу или альтернативную гражданскую службу в ОАО «Газпром» и его дочерних обществах, и выплачивается им при поступлении на работу в то же общество единовременное пособие.

Работникам не чаще одного раза в год компенсируются расходы (включая расходы на членов семьи работника при их совместном проезде), связанные с отдыхом на территории РФ, Белоруссии, Армении на объектах санаторно-курортного назначения, в гостиницах и иных средствах размещения, находящихся на балансе ОАО «Газпром», его дочерних обществ и организаций или являющихся объектами инвестирования указанных организаций.

Работники ОАО «Газпром» и его дочерних обществ обеспечиваются медицинским обслуживанием. Им оказывается первичная медико-санитарная помощь в здравпунктах дочерних обществ и организаций. Организуются ежегодные комплексные и целевые медицинские осмотры, обязательные предварительные медицинские осмотры работников перед назначением на работы, для которых определены повышенные требования к состоянию здоровья.

Согласно А.Н. Аверину, социальные льготы и привилегии работников могут быть отложенными (условными) и прямыми. К условным льготам и привилегиям относятся пенсии, страховые взносы, оплата больничных листов. В качестве примера прямых льгот и привилегий можно назвать прикрепление за работником персональной машины. Выделяют следующие типы льгот и привилегий:

- пенсионные схемы, финансируемые посредством вклада, дающего право на гарантированный доход для работников при выходе на пенсию;
- льготы, повышающие личную безопасность работника в отношении болезни, происшествия, сокращения штатов;
- льготы, удовлетворяющие личные потребности работника: выходные дни, забота о детях, содействие укреплению здоровья и отдыху;

- льготы по финансовому содействию: кредиты, помощь в покупке дома, скидки, членские взносы в клубы;
- предоставление машины и бензина за счет средств организации;
- другие льготы: субсидированные обеды, скидки на приобретение одежды, возмещение телефонных затрат, помощь посредством кредитных карт.

Кодекс корпоративной социальной ответственности – документ, в котором компания добровольно и в инициативном порядке закрепляет свои обязательства перед обществом. Обязательства, предусмотренные кодексом, не должны нарушать требования законодательства, рассчитаны на долгосрочное взаимовыгодное партнерство с государством, обществом и бизнесом.

Кодекс корпоративной социальной ответственности применяется в рамках общей системы корпоративного управления для более эффективного контроля нефинансовых рисков и максимально эффективного использования возможностей, сильных сторон и ресурсов компании.

4. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

4.1. Социальное проектирование как методический инструментарий для развития социальной ответственности нефтегазовых компаний

В настоящее время в научной литературе рассматривается множество определений понятий «проект», «социальный проект», «социальное проектирование». Различные толкования этих понятий затрудняют понимание сущности этого явления. Отсюда возникает потребность исследования этих терминов.

Вначале обратимся к этимологии слова «проект». В европейских языках слово «проект» заимствовано из латинского: оно происходит от причастия *projectus*, которое буквально означает «выброшенный вперед», «выступающий», «вытянутый», «бросающийся в глаза».

Е.М. Беляков и Н.М. Воскресенская определяют проект следующим образом: «Цельное представление о комплексной, уникальной, ограниченной во времени деятельности, направленной на достижение определенных целей через осуществление изменений» [92, 93].

Согласно методологии ISO [110], проект – это уникальный набор процессов, состоящих из скоординированных и управляемых задач с начальной и конечной датами, предпринятых для достижения цели. Управление проектом осуществляется через эти процессы, которые представляют собой совокупность взаимосвязанных действий и при этом являются специфическими для управления проектами и определяют, как управляются действия, отобранные для проекта.

По мнению В.С. Ефремова, проект представляет собой совокупность задач, связанных с достижением поставленных целей, которые обычно имеют уникальный или неповторяющийся характер [99].

Проект всегда предполагает решение проблемы, предусматривающей с одной стороны, использование разнообразных методов,

с другой – интегрирование знаний, умений из различных областей науки, техники, технологии, творческих областей. По определению проект – это совокупность определенных действий, документов, предварительных текстов, замысел для создания реального объекта, предмета, разного рода творческого продукта. Разрабатывая проект, авторы доказывают свое видение целей в рамках определенной системы ценностей.

С учетом вышесказанного предлагается использовать следующее определение: *проект – это ограниченная во времени деятельность, направленная на решение проблемы путем ее исследования, моделирования, в процессе которого осуществляется анализ, планирование и расчеты, завершающаяся созданием необходимого продукта (интеллектуального, материального и т.п.).*

Проект обладает рядом свойственных только ему характеристик, таких как: временность – любой проект имеет четкие временные рамки; уникальность – проект порождает уникальные результаты, достижения, продукты, в противном случае такое предприятие становится серийным производством; последовательность – любой проект развивается во времени, проходя через определенные ранее этапы или шаги, но при этом строго ограничивается своим содержанием [109].

В зависимости от специфики, размера и типа проекта в его реализации могут принимать участие от одной до нескольких десятков организаций и отдельных специалистов. У каждой из них свои функции, степень участия в проекте и мера ответственности за его реализацию. Специалистов и организации, в зависимости от выполняемых ими функций, принято объединять в совершенно конкретные группы участников проекта. Участники проекта – это основной элемент структуры проекта, именно они обеспечивают реализацию его замысла [109].

Каждый проект в принципе решает три основных вопроса: кто будет проектировать, что надо проектировать и как организовать

проектирование. Решение этих вопросов всегда связано с удовлетворением общественной потребности, а также с реализацией смелых и оригинальных замыслов [103].

Любой проект, в том числе социальный, как система взаимодействует с окружающей средой: бизнесом, обществом, властью, имеющими свои интересы и цели, выражаемые через нормативы, законодательство, налогообложение, методическое обеспечение [75]. В свою очередь, результаты, получаемые в ходе реализации проекта, также направлены на бизнес, государство и общество [74, с. 36].

Проектировать – это значит сознательно перебирать варианты и схему будущего действия. При всем их многообразии есть ряд общих требований, необходимых для подготовки, разработки и реализации проекта. Они ориентируют на достижение конечного результата и на то, чтобы в повседневных текущих делах и оперативных планах не упускались из виду главные вопросы. В этом отношении важен принцип минимальных обязательств, который концентрирует внимание на основной цели, отвергая в известной мере все, что может замедлить или отвлечь силы от ее реализации. Организация, где решается вопрос о проектировании, обеспечивает выработку идей таким образом, чтобы к его осуществлению было привлечено как можно больше людей творческих, профессионально подготовленных [103].

Проектирование – ответственный этап, требующий знания законов (тенденций) общественного развития. Для этого оно опирается на научные методы и методики [103]. Методики – это способы достижения цели. В табл. 4.1 представлены наиболее распространенные методики проектирования. Данные методики могут быть использованы при организации социального проекта.

Таблица 4.1

Методики проектирования [96, с. 18–20].

Наименование	Основные характеристики
1	2
Методика матрицы идей	На основе нескольких независимых переменных составляются различные варианты решений.
Методика вживания в роль	Изучение условий, в которых протекает процесс, с целью более глубокого понимания того, как будет реализован проект.

Окончание табл. 4.1

1	2
Метод аналогии	На основе подобия, сходства предметов в каких-либо свойствах, признаках или отношениях формулируется предположение (прогноз) о наличии указанных свойств, признаков или отношений у явления, которое выступает объектом проектирования.
Методика мозгового штурма	Оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике.
Методика синектики	Несколько предложенных идей рассматриваются отдельно друг от друга, а потом между ними устанавливаются определенная взаимосвязь и взаимозависимость.

В разнообразных источниках существует множество определений понятия «социальный проект». По мнению В.А. Лукова, социальный проект – «это сконструированное инициатором проекта социальное нововведение, целью которого является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности, которое имеет пространственно-временные и ресурсные границы и воздействие которого на людей признается положительным по своему социальному значению» [95]. Под социальным нововведением понимается разновидность управленческого решения, замысел которого предусматривает целенаправленное создание или изменение того или иного социального явления или процесса, а реализация состоит в осуществлении этого замысла [101, с. 19].

Согласно дефиниции В.А. Лукова, «социальный проект – это целевая авторская конструкция позитивного социального нововведения при ограниченности ресурсов его осуществления». Под социальным нововведением понимается разновидность управленческого решения, замысел которого предусматривает целенаправленное изменение того или иного социального явления или процесса, а реализация состоит в осуществлении этого замысла. Целевая авторская конструкция – это инициатор проекта [95, с. 27].

По мнению М. Смехова, О Солдатовой, социальный проект – это инструмент для решения социально-значимых проблем определенного сообщества [98].

В.А. Луков утверждает, что социальный проект – инструмент социальных изменений, основывающийся на природном человеческом свойстве конструировать реальность [95].

По мнению Д. Воробьева, под социальным проектом понимаются материальные, технологические, управленческие, добровольческие или иные ресурсы, а также финансовые средства, используемые, как правило, из части прибыли компаний и направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон (стейкхолдеров) в предположении, что в стратегическом (реже тактическом) отношении компанией будет получен социальный или экономический эффект (польза) [139].

Следуя данному определению, можно отметить, что эффект от реализации социального проекта достигается, прежде всего, нефинансовый – социальный, маркетинговый, организационный, экологический и т.д. Достижение финансовых целей при реализации социального проекта также возможно, но оно не является основной его задачей.

Социальный проект – это проект некоммерческого характера, содержащий комплекс мероприятий, направленных на решение и (или) смягчение существующих социальных проблем и достижение конкретных результатов.

С нашей точки зрения, социальный проект – это один из типов проекта. Особенностью социального проекта является его ориентированность на выявление и позитивное решение социально значимых проблем. Следовательно, *социальный проект* – это ограниченная во времени деятельность, направленная на решение социально значимой проблемы путем ее исследования, моделирования способа решения, в процессе которого осуществляются анализ, планирование и необходимые расчеты.

Корпоративный социальный проект – это комплекс мероприятий для определенной целевой группы, реализуемый в соответствии

с основными направлениями социальной политики компании, в целях формирования системы социально-трудовых отношений, максимально способствующих стабильной и эффективной деятельности компании, а также развитию корпоративной культуры, соответствующей ценностям бренда организации.

Социальный проект как коммуникативный инструмент – это система определенных знаков, выражающая конкретные знания о желаемом состоянии социальной жизни общества. Социальный проект отражает желаемое состояние среды, которое может установиться при определенных действиях людей, интеллектуальных, познавательных, ценностных ресурсах. К целям социальных проектов относятся: улучшение качества жизни, обновление социальной среды, смена существующей логики в культуре на «творческую», развитие и совершенствование духовного, морального и культурного процесса и т.д. Возможность воздействия на социальное явление зависят от участника, создателя проекта (ученый, проектировщик, пользователь и т.д.) [102].

Создание социальных проектов очень развито в Европе и Америке, в России оно развивается в течение последних нескольких лет. Социальные проекты в России создаются общественными организациями, коммерческими фирмами, государственными структурами. Они посвящены различным социально-культурным проблемам, характерным для художественной, исторической, духовно-нравственной, экологической, политической, профессиональной культуры.

Социальные проекты способствуют решению ряда социально-культурных проблем и педагогических задач: восстановление культурно-исторической среды, ценностей, норм и традиций, воспитание молодежи, формирование гражданственности, творческое освоение исторического и культурного опыта [102].

Социальный проект может иметь разные формы: педагогические образовательные программы, социальные конкурсы, благотворительная и волонтерская деятельность, социальная реклама и другие.

В России сегодня наиболее распространенными направлениями являются благотворительная деятельность и социальная реклама. Социальный проект должен содержать инструменты урегулирования социальной жизни общества, управления сознанием групп и индивидов, привнесения готовых решений, управления конфликтами. Социальный проект может быть выражен в различных формах, видах, иметь разные способы выражения идеи, но главной целью является создание новой ценности – моральной, культурной, социальной и т. д. [105].

Социальные проекты призваны укрепить и развить социальную среду в обществе, улучшить моральную составляющую общественных отношений, создать толерантную среду в области межнационального, межкультурного и межконфессионального взаимодействия, воспитать культуру отношений между индивидами. Многие социальные проекты направлены на решение проблем в сфере экологии, медицины, культуры и искусства, безопасности граждан, образования, экономики, традиций [102].

Социальные проекты в первую очередь направлены на установление моральных основ в обществе и призваны сплотить и объединить индивидов с помощью общей системы ценностей и норм, которая существует в каждом сообществе. При качественном исполнении и проектировании они выполняют важные функции в обществе: ценностно-воспитательную, интегрирующую и императивно-нормативную, направленные на возрождение, утверждение и развитие морально-культурного уровня населения. Социальные проекты выступают в качестве инварианта общественного сознания, то есть выражают, формулируют основные проблемы современного общества, способны влиять на массовое сознание и формировать ценностное единство общества [102].

По мнению А.Ю. Павлова, реализация социально-ориентированных проектов происходит в рамках процесса функционирования предприятия и управления им, и данные проекты должны органично вписываться в общую стратегию и осуществляться в комплексе с основной деятельностью организации [104, с. 101].

Социальные проекты имеют свои особенности, которые важно изучить и классифицировать [102]. Социальный проект выступает в качестве инварианта социальных проблем [105, с. 194]. Социальный проект предназначен для отражения будущего желаемого состояния системы, возникающего вследствие определенных действий людей, при наличии определенных финансовых, трудовых, материальных, топливно-энергетических и других ресурсов, в том числе интеллектуальных, познавательных, эвристических, ценностных [96, с. 48].

Разработчик социального проекта имеет определенные цели и необходимый для этого набор ресурсов.

К социальным проектам относятся проекты, направленные на формирование и развитие человеческого капитала на макро-, мезо-, микроэкономическом уровнях для получения дохода и повышения качества жизни, осуществляемые через социальную сферу (в форме предоставляемых услуг) и напрямую [74, с. 36].

Для населения страны, региона, местности реализация социальных проектов влечет за собой создание новых рабочих мест, накопление совокупного человеческого капитала при реализации образовательных программ, укрепление здоровья при реализации программ, направленных на развитие физкультуры и спорта, и, в конечном счете, – повышение качества жизни населения. При грамотном осуществлении социальных проектов они должны способствовать улучшению социального положения населения страны, улучшению его благосостояния, а также улучшению экологической обстановки [74, с. 36].

Социальные проекты могут быть направлены на проектирование социальных услуг, а иногда и целой инфраструктуры услуг. В.А. Луков утверждает, что «социальными услугами обычно признаются такие, которые направлены на оказание поддержки и помощи слабо защищенным слоям населения» [95, с. 29].

Социальный проект должен соответствовать следующим принципам его разработки:

- должен быть создан на научной основе;
- не противоречить нравственным нормам;
- выражать общепринятые социальные ценности;
- быть эффективным с точки зрения реализации;
- не содержать противоречий;
- должен быть предназначен для реализации [96, с. 17].

Важно заметить, что целью любого социального проекта является решение социально значимой проблемы, изменение социальной среды. Осуществление данных действий невозможно без социальных изменений, имеющих мультипликационный (многофакторный) эффект. Данные изменения затрагивают всех стейкхолдеров, заинтересованных в выработке решения проблемы, их социальные потребности, интересы и ценности.

Чем крупнее социальный проект, тем выше уровень социальной ответственности он имеет, так как касается большего числа заинтересованных сторон. В методологии управления проектами заинтересованными лицами («stakeholders») принято называть круг лиц, которые прямо или косвенно могут повлиять на реализацию проекта, причем выявление заинтересованных лиц – это отдельная методология, которая призвана обозначить всех, кто может повлиять на проект, в том числе негативно. Если какой-либо субъект может оказать негативное влияние на проект, т.е. создает определенный риск для реализации проекта, его воздействие относят к рискам проекта. Чем выше уровень негативного воздействия, тем выше риск срыва проекта [109].

Заинтересованные лица проекта могут не получать прямую экономическую выгоду от социального проекта, так как напрямую в нем не участвуют как участники проекта. Однако они могут получить социальные выгоды как третьи лица [109]. Поскольку в результатах реализации социального проекта заинтересован каждый участник окружающей среды, то необходим учет интересов всех стейкхолдеров.

Естественно, для формирования социальной ответственности нефтегазовых компаний нужно иметь представление о том, как она (социальная ответственность) будет выглядеть. Для принятия правильного решения при формировании социальной ответственности, следует рассмотреть несколько вариантов, одному из которых впоследствии будет отдано предпочтение, т.е. разработать проект социальной ответственности бизнеса.

Все больше компаний, в том числе нефтегазовой отрасли, участвует в различных внешних социальных проектах (федеральных и региональных), инициируемых как властью, так и самостоятельно. Основными направлениями социального партнерства бизнеса и власти при реализации социальных проектов являются [134]:

- участие в финансировании инициируемых властью масштабных инвестициях в религиозные, медицинские, спортивные, культурные объекты (в первую очередь градообразующими предприятиями);
- поддержка деятельности и формирование базы медицинских, образовательных и культурных учреждений;
- помощь в организации культурно-досуговой деятельности;
- проведение образовательных проектов для населения;
- поддержка инновационных проектов, направленных на развитие местного сообщества;
- поддержка малоимущих групп населения.

Наибольшее значение и распространение имеют проекты и программы внешних социальных инвестиций в моногородах. Проводятся они, соответственно, градообразующими предприятиями, в основном на дополнительные средства, кроме налоговых платежей в региональные, местные бюджеты. С учетом того, что на градообразующих предприятиях работает большинство населения территорий присутствия крупных компаний, происходит фактически смыкание внутренней и внешней социальной политики данных предприятий [132, с. 320].

В зависимости от условий, направлений, как показали исследования, компании ставят различные цели при реализации социальных проектов. Все проекты развития социальной сферы можно разделить на рентабельные и затратные. Также социальные проекты можно классифицировать по направленности: направленные на сотрудников компании и заинтересованных лиц.

Область применения проекта затрагивает социальную сторону организации. Его социальная эффективность проявляется в возможности достижения позитивных, а также избегания отрицательных с социальной точки зрения изменений в организации.

Одним из важных критериев отбора социальных проектов является наличие положительного социального эффекта, связанного с реализацией проекта. В.А. Зимин под социальным эффектом понимает повышение материального и культурного уровня жизни граждан, более полное удовлетворение их потребностей в услугах и товарах, улучшение условий и техники безопасности, снижение доли тяжелого ручного труда и др.

При оценке социального эффекта социального проекта различают косвенный и прямой его виды. Косвенный эффект возникает вследствие развития производства, дополнительных инвестиций, налоговых поступлений в результате реализации проекта. Прямой эффект непосредственно связан с реализацией проекта: модернизацией, реконструкцией или строительством проектируемых объектов и их дальнейшей эксплуатацией [111].

Социальный эффект от реализации социальных проектов может быть положительным и отрицательным. Положительная эффективность социального проекта выражается в росте ВВП страны, увеличении дополнительных налоговых поступлений, создании новых рабочих мест, улучшении экологической ситуации в регионе, предоставлении населению услуг и продукции непосредственно от этого проекта, уменьшении выплат из фондов социального страхования и, в конечном счете, в повышении качества жизни россиян [111].

Среди отрицательных социальных последствий реализации проектов следует назвать: ухудшение экологической среды; сокращение рабочих мест или возникновение локального дефицита рабочей силы; возникновение социальных конфликтов, социальной напряженности в регионе; разорение конкурирующих предприятий и др. [111].

В настоящее время социальный эффект дополняет экономический, так как учитывает влияние проекта на условия труда, на результаты производственной деятельности, уровень жизни, влияние на окружающую среду, социально-экономическое состояние региона. Однако ситуация должна измениться, и социальные приоритеты должны стать на первое место при принятии решения о целесообразности реализации социального проекта [112, с. 200–201].

Эффективность социального проектирования определяется возможностью обеспечить комплексное развитие социального объекта [103].

Оценка эффективности проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом требует определения не только экономических, но и социальных последствий их реализации.

Социальная эффективность проектов проявляется в возможности достижения позитивных, а также избежания отрицательных с социальной точки зрения изменений в организации. Если рассматривать внутренние направления реализации социальной ответственности бизнеса, то необходимо в первую очередь определить влияние проектов на персонал.

К числу позитивных можно отнести следующие изменения:

- обеспечение персоналу надлежащего уровня и качества жизни (благоприятные условия труда, достойная заработная плата, необходимые социальные услуги и пр.);
- создание условий для реализации и развития индивидуальных способностей работников;
- достижение степени свободы и самостоятельности (возможность принимать решения, определять методику выполнения заданий, устанавливать график и интенсивность работы и пр.);

- создание благоприятного социально-психологического климата (возможности для коммуникации, информированность, относительная бесконфликтность отношений с руководством и коллегами и пр.).

К числу предотвращаемых отрицательных изменений можно отнести:

- ущерб, наносимый здоровью персонала неблагоприятными условиями труда (профессиональные заболевания, несчастные случаи на работе и пр.)

- ущерб, наносимый личности (интеллектуальные и физические перегрузки и недогрузки, стрессовые ситуации и пр.);

Позитивные социальные последствия проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом могут формироваться (и должны оцениваться) и за пределами организации (формирование благоприятного имиджа организации, создание новых рабочих мест и обеспечение стабильной занятости в регионе, обеспечение безопасности продукции для пользователей и природы и пр.).

Социально-проективная деятельность имеет ценностно-нормативный и императивный характер: путем определения и введения ценностей социальный проект указывает на особый вид отношений и поведения. Для решения таких социальных проблем, как экологическая, социальная, демографическая, требуется введение норм и правил в общественное сознание [105, с. 201].

История развития социального проектирования восходит к концу XIX – началу XX в. Первые проекты появляются в сельскохозяйственных школах США. Американскому обществу нужны были инициативные, предприимчивые люди. Метод создания проектов был взят за основу в качестве средства подготовки рабочих и инженеров. Метод основывался на теоретических концепциях «прагматической педагогики», основоположником которой был американский философ Джон Дьюи. Согласно этой концепции, ценным является только то, что полезно людям, что дает практический результат и направлено на благо всего общества. Его идеи широко реализовались в 1884–1916 гг.

в различных учебных заведениях. «Метод проектов» и «Дальтон-план» были известны в различных странах, в том числе и в России, где использовались в школьном и вузовском обучении в 20-х годах XX в. Наиболее полно идеи Дж. Дьюи были реализованы в педагогической практике А.С. Макаренко. С 1931 г. в отечественной педагогике метод проектов прекратил использоваться, только в 80-е годы в педагогическую практику СССР метод проектов пришел из-за рубежа вместе с технологией компьютерной телекоммуникации [105, с. 195-196].

Среди ученых считается, что относительно самостоятельным явлением социальное проектирование стало после осознания мировым сообществом глобальных проблем современности, прежде всего – экологической проблемы. Чернобыльская катастрофа (1986) определила перелом в проектировании социальных изменений и оценке социальных проектов. Изменилось в целом отношение к социальному проектированию. Если раньше ценностная составляющая социальных трансформаций не связывалась с конкретными проектными разработками, то сегодня успех – как достижение цели – является недостаточным для эффективности проекта и потому внимание уделяется самой постановке цели [105, с. 196].

Начиная с 50-х годов XX века, интерес к социальному проектированию в странах с рыночной экономикой с каждым годом возрастает [95, с. 11].

Социальное проектирование как отрасль социологической науки было обосновано в XX в., когда стало очевидным, что игнорирование социальных аспектов развития чревато серьезными издержками в функционировании современных обществ. На первых этапах своего становления оно было производным от научного и технического проектирования, возникших и получивших распространение в XIX в., особенно в архитектуре и машиностроении. Затем оно стало использоваться при решении проблем расселения, а также при совершенствовании систем управления. Постепенно наряду с традици-

онными видами начали складываться новые самостоятельные направления проектирования – человеко-машинных систем, экологическое, демографическое, инженерно-психологическое и др. По своей сущности проектирование охватывает практически все сферы деятельности человека и общества [103].

Целью проектирования является реализация одного из вариантов преобразования объективной действительности, связанного со стремлением придать желаемые свойства и черты проектируемому объекту [103].

В научной литературе обсуждаются различные подходы к классификации и объяснению сущности социального проектирования: объективно-ориентированный подход (Г.А. Антонюк, Н.А. Аитов, Ж.Т. Тощенко), проблемно-ориентированный подход (Т.М. Дридзе, Э.А. Орлова, О.Е. Трущенко) и субъективно-ориентированный (В.А. Луков). Каждый из этих подходов имеет свою специфику [103].

Объективно-ориентированный подход отдает предпочтение разработке проектов объективной реальности с локализацией социально-проектной деятельности и четкой проработке нормативных требований [103].

Проблемно-ориентированный в центр ставит выработку вариантов образцов решений текущих и перспективных социально-значимых проблем [103].

А при *субъективно-ориентированном* подходе внимание концентрируется на необходимости учета субъективного восприятия объективного мира, в котором большая роль отводится учету установок, устремлений и ценностных ориентиров вовлеченных в проектную деятельность людей, как выступающих ее созидателями, так и являющихся объектом проектируемых социальных изменений. Необходимо осуществлять целостный *объектно-субъектный* подход, в котором социальная реальность в максимальной степени совмещалась бы с не менее реальными потребностями, интересами и ценностями людей [103].

Е.М. Беляков и Н.М. Воскресенская определяют проектную деятельность как «предвосхищенную деятельность, направленную на достижение определенной цели через осуществление изменений в условиях ограниченности во времени» [94, 93]. В основе проектной деятельности лежит развитие познавательных, творческих навыков, умений самостоятельно конструировать свои знания и ориентироваться в информационном пространстве, развитие критического мышления.

По определению видного российского социолога Ж.Т. Тощенко, социальное проектирование – это «специфическая деятельность, связанная с научно обоснованным определением вариантов планового развития социальных процессов и явлений и с целенаправленным изменением конкретных социальных институтов» [103, с. 319]. Целью социального проектирования является создание или поддержание материальной или духовной ценности, положительное воздействие на общество по своему социальному значению [102].

По мнению В.И. Курбатова, О.В. Курбатовой, социальное проектирование – «это научно-теоретическая и одновременно предметная практическая деятельность по созданию проектов развития социальных систем, институтов, социальных объектов, их свойств и отношений на основе социального предвидения, прогнозирования и планирования социальных качеств и свойств, являющихся значимой социальной потребностью». Проектирование социальных процессов направлено на внесение изменений в социальную среду человека [96].

В.А. Луков дает следующее определение социального проектирования: это конструирование индивидом, группой или организацией действия, направленного на достижение социально значимой цели и локализованного по месту, времени и ресурсам. Сущность социального проектирования состоит в конструировании желаемых состояний будущего [95].

В реализации компаниями социальных проектов одним из определяющих факторов является значение проекта для формирования позитивного образа компании. Именно это является основой для

разработки проекта. Вторым немаловажным аспектом является определение целевой группы проекта – как той, на которую он направлен по существу, так и той, формирование мнения которой представляет интерес для разработчиков. Можно выделить следующие основные целевые группы при позиционировании корпоративных социальных проектов: постоянные клиенты компаний, потенциальные клиенты, персонал компании, население региона, представители органов власти. Конкретные группы определяются в зависимости от целей, стоящих перед проектом, и его масштабов. Некоторые проекты могут быть направлены на все население страны или региона, а другие – только на сотрудников компании (иногда даже конкретного подразделения) или могут быть внешне направлены на некоторую социальную группу, но только с целью формирования мнения определенной части руководителей или крупных чиновников [113, с. 174–175].

По мнению Ю.А. Баталыгиной, субъектом социального проектирования могут выступать отдельные личности, трудовые коллективы, социальные институты, специально созданные проектные группы, как общественные, государственные организации, так и коммерческие. Одной из важнейших черт субъекта является социальная активность [102, 105, с. 195].

По мнению О.В. Курбатовой, В.И. Курбатова, субъектом социального проектирования являются различные носители управленческой деятельности – как отдельные личности, так и организации, трудовые коллективы, социальные институты и т.п., ставящие своей целью организованное, целенаправленное преобразование социальной действительности [96, с. 14].

Для методологии социального проектирования большое значение имеет *правильное определение объектов*, которыми обычно становятся социальные институты, социальные процессы и явления. Соответственно этому объекты проектирования могут классифицироваться по разным основаниям [103].

В качестве одной из классификаций объектов социального проектирования выступают проекты по совершенствованию определенных функций общественного организма – в области экономики, социально-политической и духовной жизни. Социальное проектирование связано также с созданием условий для эффективной деятельности в той или иной сфере общественной жизни. Вместе с тем социальное проектирование в целом обслуживает не отдельные, а все стороны деятельности человека. Только при системном подходе возможно наиболее эффективное (или оптимальное) проектирование. Особенность социального проектирования в том и состоит, что оно направлено на решение таких проблем, которые охватывают в комплексе все социальные аспекты жизни человека и которые целесообразнее всего различать по уровням организации общественной жизни. Поэтому социальные проекты могут (и должны) разрабатываться на уровне организации, района, города, области, республики и страны в целом [103].

По мнению О.В. Курбатовой, В.И. Курбатова, объектом социального проектирования называют системы, процессы организации социальных связей, взаимодействий, включенных в проектную деятельность, подвергающиеся воздействиям субъектов проектирования и выступающие основанием для этого воздействия [96, с. 15].

По мнению Ю.А. Баталыгиной, к объектам социального проектирования относятся: человек как индивид со своими потребностями, ценностными ориентациями и т.д.; подсистемы и системы материального и духовного производств (средства жизни, духовная культура, социальная деятельность, социальные группы и т. п.); общественные отношения (управленческие, нравственные, политические, семейно-бытовые и т.д.) [102, 105, с. 195].

Предметом социального проектирования является создание ценности. Ценности трактуются как наиболее общие ориентиры в постижении, оценке мира, как достаточно конкретные значения свойств, отношений, с которыми имеет дело человек. Ценности задают импе-

ративы, образуют основу социокультурных установок, моральных норм общества. Ценность в социальном проектировании – это то, что значимо для человека, для сообществ, организаций [105, с. 194].

Социальное проектирование реализуется в следующих формах:

1) при создании новых объектов, процессов, явлений, социальных сетей; 2) при внедрении принципиально новых отношений, процедур или компонентов в существующих структурах, которые нуждаются в кардинальных изменениях (частичная модернизация); 3) при реконструкции, принципиальной перестройке существующих общественных связей, когда изменяется вся схема управления, обеспечивающая достижение намеченных целей (полная модернизация) [103].

Для осуществления проектирования необходимо придерживаться определенных его принципов:

1. Общественная потребность в целенаправленном изменении и развитии тех или иных социальных систем или социальных объектов, их свойств и взаимоотношений;

2. Социальная необходимость в преодолении стихийного развития социальных процессов и обеспечение их направленности в области удовлетворения социальных потребностей;

3. Потребность в реализации социального творчества;

4. Социальная необходимость в планомерном, предсказуемом, прогнозируемом и управляемом развитии социальных систем и процессов;

5. Потребность в создании динамичных социальных систем, которые характеризуются сбалансированностью отношений внутри самой системы и гармонизацией отношений с другими системами;

6. Ориентация на оптимальные формы бытия социальной системы, ее эффективности, рациональности;

7. Социальная потребность в реализации конструктивного характера социальных процессов;

8. Социальная потребность в снижении уровня социальной деструкции, уровня социальной энтропии, неупорядоченности, неорганизованности и нестабильности [96, с. 31].

Суть социального проектирования состоит в том, что человек или организация, прежде чем предпринять какое-либо действие, всегда сначала обдумывает несколько вариантов, одному из которых после сопоставления отдается предпочтение [103].

Социально-проективной деятельности уделяется все большее внимание в социальной политике государства, региона среди общественных и коммерческих организаций в современной России [102].

Социальное проектирование имеет отношение к развитию социальной среды, организации социального благополучия, преодолению социальных проблем страны и региона. Такая деятельность хорошо проявляется в практике многих стран. В современном обществе трудно представить себе государственную, региональную социальную политику без применения проектных технологий. Социальное проектирование способно решать и предупреждать разного рода проблемы и конфликты, так как занимается вопросами, касающимися культурной, нравственной, социальной, правовой и других составляющих жизни человека в обществе [105, с. 194].

Проектная деятельность значима, востребована практикой и вызывает интерес. Она дает уникальную возможность самостоятельно поиска решения социально-экономических задач с привлечением глубокой теоретической и практической базы.

Важный момент в выполнении социальных проектов – системность. Проектирование организуется с учетом взаимодействия его различных компонентов не изолированно, а в единстве друг с другом и внешней средой. С системностью в проектировании связано единство и разнообразие процессов, их взаимосвязь и взаимовлияние [74, с. 36].

Социальное проектирование направлено на совершенствование среды взаимодействия экономических субъектов в целях реализации задач, направленных на рост человеческого и социального капитала.

По нашему мнению, социальное проектирование имеет непосредственное отношение к развитию социальной сферы, решению разнообразных социально-экономических проблем и в целом к соци-

альной ответственности бизнеса. В современных условиях трудно представить реализацию социальной политики на крупном предприятии без применения проектных технологий. Социально-экономическая сфера по прежнему остается слабо регулируемой при помощи норм права и слабо поддается управленческому воздействию. В основе конструирования, переструктурирования сферы жизнедеятельности общества лежит социальное проектирование.

В социальной ответственности бизнеса во многом определяющая роль принадлежит ценностям. Ценностная ориентация социального проектирования направлена на достижение идеала. Разделяя точку зрения В.А. Лукова, обратим внимание на то, как он трактует данный термин: идеал – наивысшее мыслительное выражение желаемого и должного. Исходные вопросы социального проектирования – социальная задача и ресурсы для ее достижения [95, с. 11].

С точки зрения бизнеса при реализации социальных проектов, как и любых других инвестиционных проектов, важно, чтобы были защищены права инвесторов, снижены налоги. Помимо прочего при реализации социальных проектов создаются дополнительные рабочие места, повышается уровень жизни работников. Кроме того, формируется позитивный имидж компании [74, с. 36].

Социальное проектирование используется как один из компонентов целенаправленной деятельности, когда разрабатываются различные варианты решения социальных проблем [96, с. 32].

Рассмотренные выше основные понятия, положения и функции социально-проектировочной деятельности указывают на ее междисциплинарный практический характер [105, с. 201].

Социальное проектирование как деятельность находится в поле взаимосвязи трёх элементов: а) научная деятельность по разработке некоей модели на основе исследований, причём проект с самого начала ориентирован на воплощение его в реальность; б) управленческая деятельность по созданию условий для реализации проекта, по достижению поставленной цели преодоления социальных проблем;

в) практическая деятельность по воплощению проекта, по созданию реального воплощения некой умозрительной, символической модели [101, с. 18].

В настоящее время формируется новая парадигма социального проектирования в региональной социальной политике, обусловленная социально-экономическими, политическими и идеологическими проблемами. Проектный подход в управлении региональной социальной политикой позволяет в современных условиях более точно сформулировать задачи, определить объем деятельности и установить источники финансирования.

Социальное проектирование является конструирующим фактором социальной политики, его элементы включают в себя проблемы социального предвидения, прогнозирования, планирования, выдвижения гипотез, обоснования действий, моделирования, выводов, рекомендаций, способов внедрения.

Социальное проектирование учитывает возможность неудачного эксперимента при проверке идей. В этом случае нужен тщательный анализ причин, чем вызвано несоответствие в решении поставленных задач: то ли это обусловлено объективными обстоятельствами, то ли просчетами в ходе эксперимента [103].

По мнению Ю.А. Баталыгиной, О.В. Курбатовой, В.И. Курбатов, основная цель социального проектирования как специфической управленческой деятельности – это создание социальных проектов [102, 96, с. 48].

Каждый социальный проект имеет определенный жизненный цикл. По мнению В.А. Лукова, жизненный цикл составляет промежуток времени между моментом появления проекта и моментом его ликвидации [95, с. 64]. Жизненный цикл социального проекта состоит из этапов. Этапы проектирования – системы приемов, методов, правил, процедур, операций создания социального проекта [96, с. 21].

Применительно к данному исследованию в качестве основных этапов рассматриваются следующие:

1. Разработка концепции проекта;
2. Оценка жизнеспособности проекта;
3. Планирование проекта;
4. Составление бюджета;
5. Защита проекта;
6. Предварительный контроль;
7. Этап реализации проекта;
8. Коррекция проекта по итогам мониторинга;
9. Завершение работ и ликвидация проекта [95, с. 64].

Рассмотрим более подробно каждый из этапов.

1 этап: Разработка концепции проекта

Логика социального проектирования предполагает исходить из осознания *социальной потребности*. Из этого основания вытекает постановка цели проекта, его конкретные черты, подлежащие планированию [95, с. 66]. Необходимо отметить, что до изучения социальной потребности инициатор социального проекта находится в творческом поиске. Именно на данной стадии происходит *рождение замысла проекта*. Как отмечает В.А. Луков, это стадия субъективной активности и одновременно высокой степени неопределенности, интуитивных догадок и эмоциональных оценок [95, с. 66]. На крупных предприятиях при социальном проектировании, осуществляемом в порядке выполнения задания непосредственного руководителя в коллективе отдела, данная стадия скрыта, но непременно присутствует. В.А. Луков отмечал, что психологическим основанием рождения замысла проекта является *процесс творчества*, или – как свойство личности, группы – *креативность*, т.е. способность создавать новое. Социальное проектирование – поле творческой деятельности, где личность, человеческое сообщество находят замечательные условия для самоактуализации [95, с. 66].

На начальной стадии социальный проект укладывается в некое стремление к переменам, к созданию нового. Поэтому необходимо постараться зафиксировать замысел (обговорить его с коллегами по

работе, записать) и проанализировать его. Перейти к самому проектированию означает заняться разработкой концепции проекта [95, с. 71].

По мнению В.А. Лукова, *концепция проекта* – это его основные положения, представленные в определенной системе. Назначение концепции – определить конечные цели проекта и выявить возможные пути их достижения [95, с. 71].

Обычно в концепции получают отражение:

- актуальность проекта;
- его цель и задачи;
- содержание предполагаемой деятельности;
- финансовое, организационное обоснование проекта;
- ожидаемые последствия его осуществления [95, с. 71].

Актуальность проекта определяется тем, насколько значима для региона, общества (сообщества, группы людей, с ориентацией на потребности которых строится проект) *социальная проблема*, решению которой призван способствовать социальный проект [95, с. 71]. На данном этапе необходимо точно определить, в чем состоит проблема, причины ее возникновения. Показать, какие целевые группы людей, затронутые проблемой, получают помощь в результате реализации социального проекта и почему это необходимо именно сейчас.

В.А. Луков социальной проблемой называет «такое обнаруживаемое на любом уровне социальной жизни противоречие между сущим и должным или желаемым (т.е. тем, что есть, и тем, что должно быть или хотелось бы, чтобы было), которое в обществе (сообществе) вызывает напряженность и которое оно намеревается преодолеть» [95, с. 71].

В.И. Курбатов под социальной проблемой понимает «некое социальное противоречие, требующее организации целенаправленных действий для его устранения или выбора одной из возможных альтернатив социального развития» [96, с. 21].

В основе процесса социального проектирования лежит *анализ общественной потребности*. Она может быть и очевидна, и скрыта,

поэтому этот начальный этап предполагает поиск, связанный с определением ее сущности. На этом этапе проектирования желательно хотя бы в самом общем виде представить тот резерв времени, который отводится для выполнения намеченного проекта [103].

При создании крупного социального проекта, затрагивающего актуальные проблемы большого массива групп людей или большой территории, региона, необходимо проведение специалистами социально-экономического исследования. В результате исследования, как правило, выявляется целая совокупность региональных проблем, упорядочивание которой осуществляется с использованием процедуры «дерева проблем».

Иерархия проблем отражена в «дереве проблем»: корни «дерева» – ключевые проблемы, ствол – субключевые (производные первого порядка), ветви – производные второго, третьего и т.д. порядка. Проблемы последующих порядков не проистекают из проблем предыдущих порядков, а получают возможность разрешения по мере успешного решения предыдущих [95, с. 74].

Теоретические основы построения «дерева проблем» пока слабо развиты. Выявлены общие подходы. Фиксация проблем ведется снизу вверх: определяется одна или несколько ключевых проблем, которые нужно решить, чтобы перейти к проблемам следующего уровня. Подобным образом происходит движение от проблемы к проблеме, обозначенной на ветвях «дерева» [95, с. 74].

На следующей ступени уточняется цель разработки социального проекта: дается характеристика того состояния, какого хотелось бы достичь исходя из требований общественного прогресса [103].

Целью проекта является то, что предполагается достичь в ходе реализации проекта. Она, как правило, направлена на решение проблемы, описывает планируемые изменения, допускает измерение результата, локализована в пространстве, конечна во времени, реалистична.

Цель – это образ предполагаемого результата, которого можно достичь в определенный момент времени, то есть общее описание

предполагаемых результатов и ожиданий, наивысшая точка достижений, к которой стремится проектировщик в ходе реализации проекта.

Цель должна быть реалистичной, соотноситься с проблемой, задачами, видами деятельности и ресурсами. Предполагаемые цели должны соответствовать самому высокому уровню результата, т.е. существенно улучшить ситуацию, изложенную в описании проблемы. В то же время цель должна быть реальной. Все составные части социального проекта рассматриваются с точки зрения соответствия цели.

Как показало исследование, цель определяет смысл существования проекта и его значения и не может меняться в процессе его реализации. Изменение цели означает изменение проекта.

В соответствии с технологией «SMARTER» хорошая цель для проекта должна быть (табл. 4.2):

- S (Specified) – конкретной;
- M (Measurable) – измеримой;
- A (Achievable) – достижимой;
- R (Resource-bound) – ограниченной по ресурсам;
- T (Timed) – ограниченной по времени;
- E (Exiting) – вдохновляющей;
- R (Recorded) – записанной.

Таблица 4.2

Технология «SMARTER» [98]

S – Specific (специфичность)	Цель нужно описать простыми словами, чтобы была понятна уникальность продукта. Необходима конкретика, чтобы было можно сравнить результат проекта с целью
M – Measurable (измеримость)	Цель должна быть измерима количественно. Необходимо в цели задать основополагающие параметры запланированного результата, чтобы в ходе реализации проекта можно было проводить анализ при помощи графиков, статистики
A – Appropriate (уместность)	Цель должна быть уместной, актуальной в данное время и соответствовать перспективам организации
R – Realistic (реалистичность)	Реалистичность цели означает реальную возможность достижения цели с ресурсами, имеющимися в организации и техническим прогрессом
T – Time bound (ограниченность во времени)	В цели указываются временные рамки проекта, т.е. дата начала и окончания работ

Социальные цели могут быть представлены в виде «дерева целей», где из конечной цели логически выводятся ее составляющие первого, второго и т.д. порядка. «Дерево целей» растет сверху вниз [95, с. 76].

Крупный российский специалист в области социального прогнозирования И.В. Бестужев-Лада предложил объединить «дерево целей» и «дерево проблем», а поскольку одно «дерево» растет снизу вверх, другое – сверху вниз, в соединении они образуют проблемно-целевой ромб (рис. 4.1) [125].

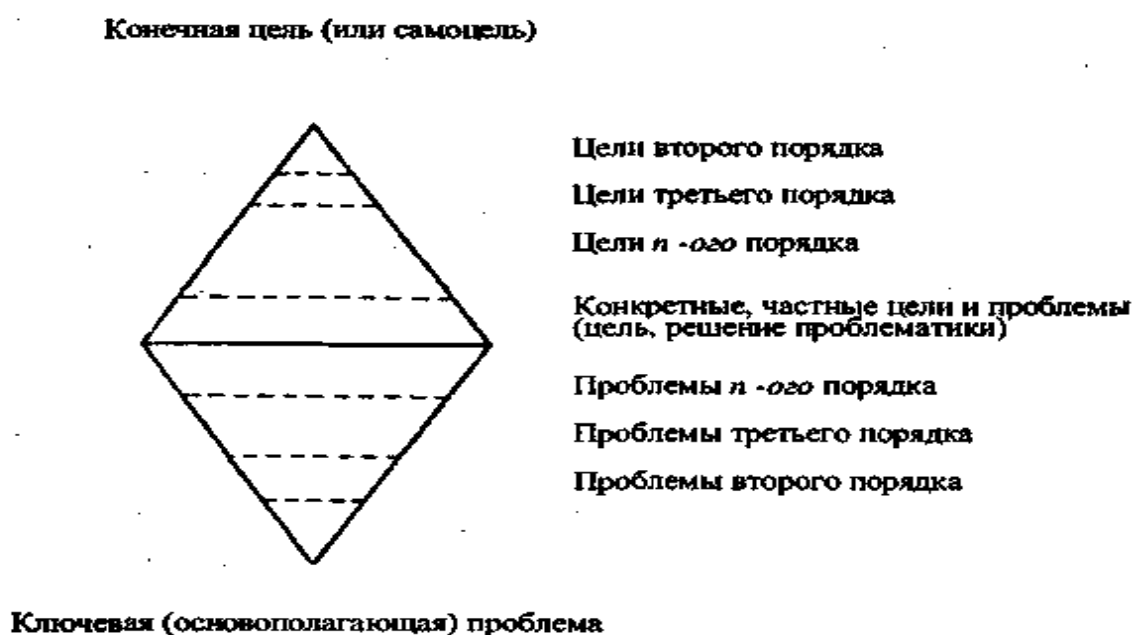


Рис. 4.1. Проблемно-целевой ромб [125]

Далее на первом этапе, после формулировки цели, необходимо осуществить сбор необходимой информации, обращаясь к любым источникам, включая и данные научных исследований. Приоритет отдается тем сведениям, в которых зафиксирован современный уровень познания социального процесса. Кроме того, надо принимать во внимание аргументы как «за», так и «против» тех решений, какие имеются в мировой практике [103].

На базе полученной информации составляются задачи на проектирование и определяются параметры, которым они должны удов-

летворять (или соответствовать). На этой стадии большую роль играют принципиально новые идеи, которые раскрывают пути более эффективного осуществления намеченных целей [103].

Формулировка задач рассматривается как часть концепции, которая может включать различные варианты решения. Лучше, если эти варианты будут представлены в виде матрицы, что предполагает отбор наиболее приемлемых, учитывая изменения тех или иных переменных (сроков, материальных, финансовых и трудовых ресурсов, первоочередности и важности реализации отдельных элементов проекта).

Итак, средствами достижения цели являются задачи проекта, т.е. задача проекта – совокупность приемов и операций. В.А. Луков под задачами проекта понимает «конкретные действия, которые предстоит осуществить» [95, с. 78]. По мнению В.И. Курбатова, «задача – это формулировка индивидуальной или общественной потребности, ожидающей своего удовлетворения» [96, с. 23]. Задачи отражают этапы проекта, связаны друг с другом, контролируемы, требуют ресурсов и персонала.

Задачи – конкретное описание того, что будет выполнено и достигнуто, частные результаты, этапы на пути к достижению цели.

Сформулируем основные признаки задач:

- являются логическим следствием проблемы;
- напрямую связаны с деятельностью по проекту и направлены на решение заявленной проблемы для достижения поставленной цели (причинно-следственная связь);
- сформулированы четко и конкретно, выражены не общими словами, а в количественных и качественных индикаторах, которые могут стать показателями успешности выполнения проекта;
- представляют собой конкретные промежуточные измеряемые результаты в ходе реализации проекта.

Постановка цели и задач проекта позволяет инициатору проекта систематизировать предварительные наброски замысла и описать в едином ключе содержание мероприятий и действий, составляющих проект [95, с. 79].

Обоснование проекта призвано показать, что проект реален для исполнения: есть необходимые ресурсы, персонал, который сможет осуществить цель проекта.

Финансовое обоснование должно включать базовые расчеты необходимых средств, фиксировать модель финансирования и его источники. В *организационном обосновании* проекта характеризуются участники его реализации и их функции; место и время осуществления проекта; имеющиеся в наличии и необходимые материально-технические, интеллектуальные и другие ресурсы [95, с. 79].

В результате осуществления социального проекта в обществе, регионе происходят социальные изменения, вызванные положительными и отрицательными, прямыми и косвенными последствиями. На данной стадии необходимо организовать исследовательские работы по прогнозированию социальных и экономических последствий нововведений и провести социальную экспертизу. Это основа оценки жизнеспособности проекта [95, с. 83].

Концепция проекта обычно проверяется двояким образом: посредством теоретического анализа и при помощи эксперимента [103].

2 этап: Оценка жизнеспособности проекта

Основными инструментами оценки жизнеспособности проекта являются социальная диагностика и социальное прогнозирование, а также методы экспертных оценок. Основная задача данной оценки – установить степень риска.

Социальная диагностика – это установление степени соответствия (несоответствия) параметров социальной реальности (ресурсов, свойств объектов, социальных установок) социальным показателям и нормативам. Под *социальным показателем* понимается существенная характеристика отдельных свойств и состояний социальных объектов или процессов, имеющая количественное выражение [95, с. 102].

Социальные показатели имеют специфические черты:

1. Социальные показатели обычно комплексны и выражают отношения между несколькими индикаторами (более простыми свойствами, образующими социальные показатели).

2. В показателях, применяемых в социальной сфере, отражаются культурные традиции, принятые стандарты жизни, идеальные представления о благосостоянии.

При установлении социальных показателей нередко возникают ошибки, которые могут вести к существенному искажению результата социальной диагностики. Наиболее типичные ошибки [95, с. 104]:

- усреднение показателей при большом разбросе исходных данных;
- упрощение показателей, т.е. их сведение к меньшему числу детерминант;
- определение показателя вне зависимости от реальности (его произвольное завышение или занижение).

Норматив – это фиксированный числовой или содержащий закрытый перечень признаков показатель, в соответствии с которым устанавливаются обязательные для выполнения требования в том или ином виде деятельности. Норматив соединяет показатель (который может быть чисто информационной характеристикой) и норму-правило. Обычно нормативы указывают предельные (минимальные и максимальные) или реже оптимальные параметры, которые необходимо выдерживать [95, с. 104].

Социальная диагностика осуществляется в три этапа.

На первом этапе проводится *сравнение*:

- с результатами деятельности других;
- с прежними результатами нашей деятельности;
- с поставленными целями (критериями).

На втором этапе делается *анализ полученных измерений*, итогом которого становится классификация по интересующим нас признакам, цель которого – определение причинно-следственных связей.

Третий этап составляет *интерпретация* (синтез) полученной разнородной информации [95, с. 106].

Прогноз – это вероятностное утверждение о будущем с относительно высокой степенью достоверности. Специфика же социального прогноза состоит в том, что предвидение социальных явлений и процессов и управление ими тесно связаны [95, с. 108].

Основными способами социального прогнозирования являются экстраполяция, моделирование, экспертиза.

Экстраполяция – это распространение выводов, сделанных при изучении одной части какого-либо явления (процесса), на другую его часть, в том числе ненаблюдаемую. В социальной области этот способ предвидения будущих событий и состояний, исходя из допущения, что некоторые тенденции, проявившиеся в прошлом и настоящем, сохраняются. Моделирование – это метод исследования объектов познания на их аналогах – вещественных или мысленных [95, с. 115].

Экспертиза есть исследование трудноформализуемой задачи, которое осуществляется путем формирования мнения (подготовки заключения) специалиста, способного восполнить недостаток или несистемность информации по исследуемому вопросу своими знаниями, интуицией, опытом решения сходных задач и опорой на «здравый смысл». В социальном проектировании экспертиза применяется не только для решения задач прогнозного обоснования, но и везде, где приходится заниматься вопросами с низким уровнем определенности параметров, подлежащих изучению. Оценивая жизнеспособность проекта, необходимо выяснить особенности социальной среды, в которой планируется реализация социального проекта [95].

3 этап: Планирование проекта

На данном этапе устанавливается перечень и порядок мероприятий по реализации проекта. Здесь концепция соединяется с организационными действиями: отбираются мероприятия в соответствии с задачами, вводится в достижение результата этапность, работы увязываются с ресурсами, устанавливаются сроки, ответственные исполнители, определяются объемы финансирования, фиксируются контрольные стадии и конечный результат [95, с. 85].

Самый простой план строится как таблица, в которой строки отражают содержание действий, а столбы – параметры, важные для организации дела:

№ п/п	Содержание мероприятий	Сроки исполнения	Ответственные за исполнение	Финансовое обеспечение и другие ресурсы

4 этап: Составление бюджета

Для реализации социального проекта необходимо определить, какие и сколько ресурсов понадобится. Ресурсы подразделяются на финансовые, материально-технические, человеческие (работники).

Основное внимание при составлении бюджета необходимо обращать на объем финансирования, цели финансирования и предполагаемый экономический и социальный эффект от осуществления мероприятия.

5 этап: Защита проекта

Как правило, защита проекта представляет собой специальную стадию принятия управленческого решения о реализации социального проекта, его финансовой и прочей поддержке. Для подготовки к защите проекта можно воспользоваться методом Р-М-Р (Результаты-Методы-Ресурсы), основанным на подготовке ответов на следующие группы вопросов:

1. Полученные результаты:

- Чего мы добиваемся, каковы наши цели?
- Что мы стараемся сделать?
- Каких результатов мы хотим достичь?
- Какова приоритетность результатов?
- Как будет выглядеть «успех»?

2. Используемые методы:

- Как это следует сделать?
- Как нам этого достичь?
- Какие существуют альтернативные методы?
- Какой наилучший из возможных?

3. Потребляемые ресурсы:

- Какие специалисты нам нужны?
- Сколько потребуется людей?
- Какова стоимость реализации решений?
- Сколько нужно времени?
- Какие дополнительные ресурсы понадобятся?

Этот субъектно-ориентированный перечень вопросов вполне соответствует тезаурусному подходу к социальному проектированию [95, с. 138].

6 этап: Предварительный контроль

В технологии управления проектами [95, с. 145] принято выделять три вида контроля:

1. Предварительный контроль, осуществляемый до фактического начала работ. Его назначение – заранее проверить, насколько проект обеспечен материально-техническими, финансовыми ресурсами, а также кадрами.

2. Текущий контроль. Поскольку проект планируется осуществлять поэтапно, каждый из этапов имеет определенные показатели выполнения. Это позволяет контролировать ход работ, не дожидаясь финальной стадии реализации проекта. Показатели, которые подлежат контролю, характеризуют соответствие проекта его реальному исполнению по срокам, расходам, ресурсам, качеству.

3. Заключительный контроль. При завершении работ стоит задача дать интегральную оценку того, что достигнуто при реализации проекта в целом. С этой целью проводится заключительный контроль.

7 этап: Реализация проекта

8 этап: Коррекция проекта по итогам мониторинга

В последнее время все большее распространение в практике реализации социальных проектов регионами России получает мониторинг. Он является основной частью комплексной оценки социального проекта, которая предоставляет полную и объективную информацию о результатах социального проекта и эффективности хода его реализации [120, с. 363].

Целью мониторинга социального проекта является фиксация динамических изменений социального проекта и его среды под влиянием их взаимодействия. Социальный проект способен порождать по мере своего осуществления непредвиденные обстоятельства, которые сами становятся по отношению к нему внешними факторами.

Мониторинг позволяет контролировать сроки выполнения проекта и повышает ответственность исполнителей за достижение запланированных результатов [100, с. 133].

Мониторинг социальных проектов – это сложный, многоступенчатый процесс, который включает значительно больше видов деятельности, чем простой регулярный сбор информации по отдельным показателям и ее обобщение [117]. Информативность и качественная насыщенность тех результатов, которые впоследствии могут быть получены от внедрения мониторинговых технологий, полностью зависят от того, насколько четко сформулированы цели каждого социального проекта, не путаются ли промежуточные и конечные ожидаемые результаты, увязаны ли эти результаты и цели с показателями, значения которых предполагается регулярно отслеживать для последующей оценки [116].

В этой области совершается множество ошибок, так как для комплексных по своей природе социальных проектов четко определить цели и выделить конкретные измеряемые показатели весьма сложно. Конечная цель того или иного социального проекта предприятий нефтегазового комплекса состоит в повышении благосостояния населения, его жизненного уровня. Но здесь возникает множество проблем, связанных как с отсутствием однозначных индикаторов оценки благосостояния, так и с необходимостью собирать данные непосредственно от населения. Кроме того, сложности возникают и при определении желаемых значений показателей и их динамики [116].

Помимо вышеперечисленных трудностей на первоначальном этапе большие проблемы возникают также при выборе показателей, которые можно было бы измерять количественно. Как было отмечено выше, в социальной сфере их меньше, чем в любых других проектах, так как определенная часть показателей связана с субъективными оценками людьми своего жизненного уровня. Преодоление всех этих затруднений возможно при условии построения сложной и высоко-

информативной системы мониторинга. Но здесь может возникнуть другая проблема: затраты на поддержание такой системы могут в несколько раз превысить расходы на социальные проекты [116].

Можно выделить еще одну проблему, связанную с расходами на мониторинг. Авторы проектов зачастую совершают такую ошибку: подробно рассчитываются все статьи бюджета, связанные с реализацией, но не учитываются расходы на мониторинг. По данным международных организаций, расходы на мониторинг и оценку могут составлять от 2–3% до 6–10 % от общего бюджета проекта [118]. Поэтому важно учитывать в бюджете социального проекта расходы, необходимые для проведения мониторинга.

Для построения эффективной системы мониторинга социальных проектов специалисты рекомендуют соблюдать следующие правила:

- отчетные показатели должны быть четко определены, а измерения должны проводиться последовательно, от одного отчетного периода к другому;
- измерения должны проводиться достаточно часто и через равные промежутки времени, а мониторинговые действия, проводимые от случая к случаю, не имеют никакой ценности [119].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что построение эффективной системы мониторинга основано на использовании следующих принципов [116]:

- четкая формулировка и понимание целей, для оценки достижения которых можно разработать измеряемые показатели;
- выбор показателей, отражающих как непосредственные текущие результаты проекта, так и его долгосрочное воздействие на благосостояние участников;
- рациональный уровень затрат на мониторинг;
- учет и отчетность в рамках проекта при сохранении надежности и конфиденциальности получаемой информации;
- принятие решений относительно затрат на сбор и анализ внешних данных, то есть информации, находящейся за пределами

внутренней отчетности (например, данных об уровне удовлетворенности клиентов проекта той поддержкой, которую они получили, или о доступности проекта для целевых групп населения);

– организация процесса принятия управленческих решений на основе результатов мониторинга.

Важно отметить, что последний компонент – принятие решений на основе полученных результатов – является ключевым, без него система мониторинга не имеет смысла.

Несмотря на разнообразие подходов к проведению мониторинга, можно выделить основные этапы, которые являются обязательными при проведении мониторинга. В обобщенном виде основные этапы проведения мониторинга социальных проектов представлены на рис. 4.2 [120, с. 365].



Рис. 4.2. Основные этапы проведения мониторинга социальных проектов

На этапе организации необходимо определить основные объекты мониторинга. Для этого необходимо сформулировать вопросы по

проекту, на которые нужно получить ответы, а также построить систему индикаторов. Индикаторы подразделяются на четыре категории:

- использованные ресурсы;
- количественные показатели предоставленных услуг;
- показатели влияния проекта на получателей услуг;
- показатели эффективности проекта (результаты в расчете на единицу использованных денежных или трудовых ресурсов) [121].

Также следует определить основные источники и процедуру получения информации. В современной практике большое распространение получили административная отчетность, опросы (как в форме анкетирования, так и интервью, фокус-групп), наблюдение (хронометраж, использование обученных наблюдателей), использование специального измерительного оборудования [120, с. 363].

Необходимо разработать специальные формы, которые будут использоваться при сборе данных, например, новые формы регулярной отчетности, бланки анкет, трафареты для обученных наблюдателей и др. [120, с. 363].

Далее нужно распределить подготовленные печатные материалы и формы между сотрудниками, которые будут с ними работать. При этом важно четко определить, кто именно и какие материалы будет готовить и за что отвечать. Необходимо установить строгие требования к отчетности и сроки ее предоставления [122]. Целесообразно провести обучение участвующего в проекте персонала. Данные рекомендуется собирать регулярно и систематически, а не только непосредственно перед отчетным периодом.

Нужно обобщить полученную информацию, обработать ее и выпустить отчеты. Электронная база данных должна регулярно обновляться. Вносимую информацию рекомендуется проверять. Ошибки могут быть связаны с недопониманием респондентами вопросов анкеты или невнимательностью операторов [120, с. 364].

При первичной обработке и анализе данных используются такие статистические методы, как нахождение средних значений, про-

центных соотношений, построение таблиц сопряженности. Более сложные статистические методы, как показывает практика, не являются необходимым атрибутом мониторинга, а относятся уже к технологиям оценки, для которых данные мониторинга – необходимая информационная основа [120, с. 364].

Полученная информация используется для подготовки отчетов для различных уровней управления. Структура этих отчетов должна позволять руководителям быстро вникнуть в ход выполнения проекта, оценить его состояние и сравнить данный проект с другими. Этому будет способствовать относительно единообразная форма отчетов о разных проектах. Необходимо использовать полученные данные для принятия последующих решений по проекту. Данные мониторинга могут говорить об успешном ходе выполнения проекта или же, напротив, свидетельствовать о неверных действиях руководства. При наличии проблемной ситуации мониторинговый отчет следует сопровождать письменным пояснением ее возможных причин и определить наиболее подходящие решения обозначенных проблем.

Проведение мониторинга социальных проектов всегда состоит из этапов, описанных выше, хотя на практике они могут реализовываться по-разному. Использование такого алгоритма проведения мониторинга позволяет вовремя выявлять сильные и слабые стороны проекта, более эффективно распределять ресурсы, адекватно оценивать работу исполнителей, предоставлять информацию заинтересованным лицам. И, что самое важное, проведенный таким образом мониторинг может привлечь дополнительные средства из внешних источников, политическую и общественную поддержку [120, с. 365].

Применительно к социальным проектам чаще говорят о показателях или индикаторах, по которым можно судить о достижении результатов или влиянии проекта [123, с. 93].

Под *показателем* понимается мера, с помощью которой идентифицируют изменения, произошедшие в ситуации, или прогресс или результаты, достигнутые действием, проектом или программой [124].

Показатели или индикаторы являются важным инструментом мониторинга и оценки. И от правильного их определения и применения зачастую зависит качество и объективность всего процесса мониторинга и оценки. Каждый отслеживаемый результат должен быть переведен в форму одного или нескольких показателей результативности [123, с. 93].

Определение критериев порой становится достаточно проблематичной задачей. Это связано с тем, что необходимо учитывать множество факторов, начиная с соответствия показателя целям и задачам социального проекта, возможности получения достоверных данных для идентификации показателя, заканчивая необходимыми материальными ресурсами. Для этого необходимо, чтобы показатели результативности соответствовали определенным критериям [123, с. 93].

Критерии отбора показателей результативности следующие [123, с. 93]:

- соотнесенность с целями и задачами социального проекта и результатом, который должен отслеживать данный показатель;
- важность для измеряемого результата (характеризует ли данный показатель какой-либо важный аспект результата?);
- понятность для пользователей при измерении и составлении отчета;
- степень влияния социального проекта на результат или степень его контроля за результатом. Этот критерий нельзя использовать в качестве основания для отказа от измерения важных результатов. Почти никогда влияние социального проекта на результаты, особенно на конечные результаты, не носит абсолютного характера. Однако если предполагается, что осязаемое и измеряемое влияние на какой-либо результат имеется, то показатель для данного результата должен быть рассмотрен независимо от того, носит ли это влияние прямой или косвенный характер;
- возможность сбора достоверных данных для расчета показателя;

- затраты на сбор данных. Это еще один критерий, к которому надо подходить с осторожностью. Иногда самые большие затраты связаны с самыми важными показателями;
- уникальность. Важность индикатора снижается, если он дублируется или пересекается с другими;
- манипулирование. Не используйте показатели, предоставляющие персоналу программы возможность манипулировать данными в свою пользу;
- полнота. Набор показателей должен охватывать результаты, вызванные негативными эффектами.

Основной потенциальный повод для критики системы мониторинга результативности – ориентация на измеряемые показатели. Система должна включать всеобъемлющий набор показателей, в том числе и тех, что отслеживают нежелательные результаты. Игнорирование важных характеристик результатов, не отраженных в показателях, может привести к неправильному распределению средств и ресурсов [123, с. 93].

Применительно к социально-экономической политике мониторинг должен удовлетворять следующим принципам [115, с. 2]:

- достоверность – использование только проверенных данных, согласующихся с теоретическими положениями и практикой мониторинга и наиболее полно характеризующих ход выполнения проекта и связанные с ним социально-экономические процессы в регионе;
- оперативность – ориентация на сокращение времени сбора, обработки и передачи информации с целью возможности принятия экстренных управленческих решений по корректировке планов реализации проекта;
- комплексность – объединение динамических показателей хода реализации проектов и социально-экономических процессов в группы, характеризующие различные стороны динамики в целом;
- системность – учет взаимосвязей между различными международными, федеральными и региональными целевыми программами

и проектами (как реализуемыми в настоящее время, так и находящимися в стадии разработки), а также влияния отдельных факторов и общих тенденций социально-экономического развития региона.

9 этап: Завершение работ и ликвидация проекта

Заключительный контроль позволяет зафиксировать завершение работы по социальному проекту. Эта стадия и предусматривает оценку реализации проекта. Окончательная оценка может пониматься как процесс сбора информации для:

- оценки того, что было достигнуто;
- объяснения того, как это было сделано;
- лучшего планирования будущих проектов.

Как показывают исследования, в социальной отчетности ряда компаний достаточно слабо отражены результаты проведения различных акций, проектов и программ. Также многие компании не уделяют должного внимания оценке эффективности проводимых социальных проектов и программ, поэтому заинтересованные лица видят в отчетах лишь общие фразы о содержании того или иного проекта, не понимая, в чем заключается социально значимый эффект или синергия эффектов для компании, местного сообщества, местных (региональных) властей или окружающей среды [64, с. 34].

Несмотря на существенные различия между типами проектов и многообразием условий их реализации, оценка их эффективности и экспертиза должны производиться в определенном смысле единообразно, на основе единых обоснованных принципов [74, с. 36].

Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов в основу определения эффективности проектов закладывают ряд методологических принципов, применимых к любым типам проектов, независимо от их технических, технологических, финансовых, отраслевых или региональных особенностей (рис. 4.3) [74, с. 36].



Рис. 4.3. Методические принципы оценки эффективности инвестиций в социальные проекты [74, с. 36]

Если все перечисленные принципы трактуются однозначно, то принцип учета всех наиболее существенных последствий проекта не получил должной расшифровки. В соответствии с системным подходом оценку эффективности инвестиций необходимо рассматривать с учетом всех возможных факторов в их взаимосвязи [74, с. 36].

Для оценки социального проекта в первую очередь определяется система индикаторов, на основе которых можно определить результаты реализации проекта. Разработка системы индикаторов является одним из самых сложных этапов оценки. Как правило, в такой системе используются показатели, отражающие издержки на реализацию социального проекта, а также выгоды, в том числе внешние по отношению к целям проекта. Другим важным элементом оценки является правило, позволяющее сделать вывод о степени эффективности проекта, т. е. определить, превышают ли в целом выгоды от проведения проекта издержки, связанные с его осуществлением. При принятии решений относительно эффективности социального проекта необходимо учитывать социально-экономический контекст его реализации [114, с. 48].

Для оценки эффективности целесообразно выделить следующие этапы управления социальным проектом [114, с. 48]:

- постановка цели реализации социального проекта. Проект, с одной стороны, может иметь несколько целей, с другой, – может иметь сопутствующие благоприятные и неблагоприятные эффекты;

- определение конкретных мероприятий, необходимых для достижения поставленных целей. Этот этап во многом определяет эффективность всего проекта, так как на нем выбираются технологии реализации проекта, минимизация издержек на их достижение;
- определение результатов реализации социального проекта. Этот этап необходим для оценки и анализа эффектов от реализации проекта и используется для управления проектом;
- принятие решения об эффективности реализации проекта. Для этого используются инструментарий сопоставления результатов реализации проекта и понесенных ресурсных затрат.

Оценка социальных проектов исключительно по экономическим показателям малоэффективна, так как в них также входят социальные показатели.

Подход к корпоративным социальным программам как к инвестициям требует проведения соответствующей оценки эффективности. Однако такую оценку проводили лишь 56% компаний-респондентов. Этот показатель, впрочем, свидетельствует не столько о нежелании компаний проводить соответствующую оценку, сколько об ее объективной сложности. Более того, в ведущих компаниях существует весьма рациональное понимание существующей проблемы и возможных путей ее решения. С одной стороны, просматривается движение от попыток оценки отдельных проектов к разработке интегральных показателей, с другой – растет понимание результата социальных инвестиций как устойчивых взаимовыгодных отношений с заинтересованными сторонами, что, в свою очередь, становится важнейшим уникальным ресурсом [48, 28–29].

И, наконец, 52% компаний-респондентов использовали собственные критерии для оценки эффективности социальных инвестиций (рис. 4.4). Такие критерии преимущественно разрабатывались в рамках системы конкурсов, дополняемых жестким контролем за результатами реализации как целых проектов, так и их этапов.

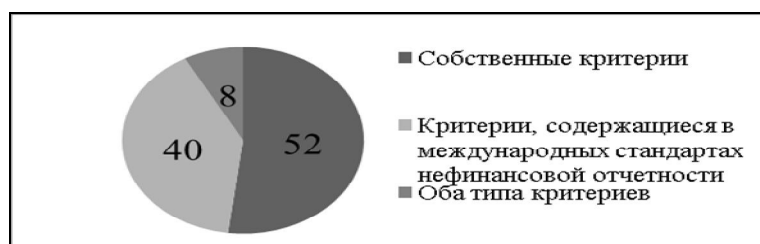


Рис. 4.4. Критерии, которые используются компаниями для оценки эффективности осуществляемых корпоративных социальных инвестиций (программ) по основным направлениям, % [48, с. 29]

Рассматривая социальные проекты, следует отметить, что, в отличие от коммерческих проектов, последствия их реализации не всегда могут быть оценены с помощью экономического эффекта [74, с. 36].

Оценка эффективности инвестиций в социальный проект предполагает обоснование целесообразности его реализации. Целесообразность проекта и его соответствие приоритетам социально-экономического развития региона подтверждается на предварительном этапе оценки уровня качества обеспеченности населения бюджетными услугами, прогнозом изменения спроса и стоимости соответствующих услуг. Далее производится оценка совокупной эффективности реализации инвестиционного проекта, которая представлена системой показателей (рис. 4.5) [74, с. 40].

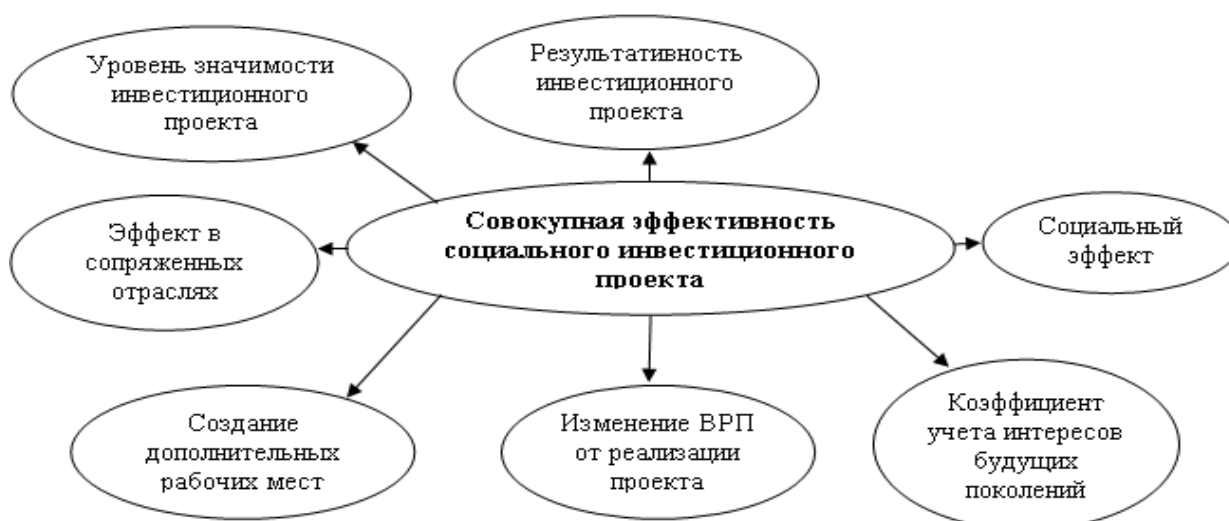


Рис. 4.5. Показатели совокупной эффективности инвестиций в социальные проекты [74, с. 40]

По уровню значимости проекты делятся на четыре уровня. Наибольшей приоритетностью обладают инвестиционные проекты первого уровня значимости, наименьшей – четвертого. Коэффициенты уровня значимости и результативность инвестиционного проекта определяются в результате экспертной оценки на основе системы индикаторов. Эффект от инвестирования в сопряженных отраслях рассчитывается по формуле [74, с. 40]

$$МЭ = \sum КП * НН / \sum ВП,$$

где МЭ – мультипликативный эффект от реализации проекта в сопряженных отраслях;

КП – сумма по контрактам с подрядными организациями, действовавшими в реализации инвестиционного проекта и зарегистрированными на территории региона;

НН – показатель средней налоговой нагрузки (объем налоговых изъятий из выручки организации);

ВП – величина государственной финансовой поддержки, предоставляемой инициатору инвестиционного проекта.

Прирост валового регионального продукта в результате реализации инвестиционного проекта представлен следующей формулой [74, с. 40]:

$$\mathcal{E}_{ВРП} = ЧН \times \Delta ВРП \times ППП,$$

где $\mathcal{E}_{ВРП}$ – эффект, вызванный приростом валового регионального продукта, тыс. руб.;

ЧН – численность населения, качество жизни которого улучшается в результате реализации инвестиционного проекта;

$\Delta ВРП$ – прирост валового регионального продукта на душу населения по прогнозным оценкам на расчетный год реализации проекта, тыс. руб.;

ППП – прогнозный показатель прироста валового внутреннего продукта за счет реализации социальных мероприятий (на каждый пункт прироста ВВП соответственно).

Показатель создания дополнительных рабочих мест рассчитывается путем суммирования всех вновь созданных рабочих мест в ре-

результате реализации проекта, в том числе в сопутствующих отраслях и сферах, в которых наблюдается приращение количества рабочих мест в связи с реализацией инвестиционного проекта. Под социальным эффектом инвестиционного проекта понимаются значимые для населения региона последствия его реализации. Социальный эффект представлен в виде суммарного балльного индикатора и рассчитывается по следующей формуле [74, с. 41]:

$$СЭ = \sum_n^{i=1} И,$$

где СЭ – социальный эффект от реализации инвестиционного проекта;

И – индикатор, учитывающий увеличение i -го показателя по рассматриваемому направлению, который определяется в баллах на основе результатов экспертной оценки.

Учет интересов будущих поколений обеспечивается соблюдением требований по следующим направлениям: минимизация потребления ресурсов, минимизация производства отходов, предупреждение нанесения вреда природе, поддержка биологического разнообразия, обеспечение основных прав человека и др.

Коэффициент учета интересов будущих поколений рассчитывается путем суммирования индикаторов, соответствующих положительному влиянию представленных в методике показателей. В случае отсутствия влияния или отрицательного значения показателя индикатору присваивается нулевое значение. При оценке эффективности инвестиций в социальные проекты Е.М. Марченковым, В.В. Глазковой предлагается использовать для учета интересов будущих поколений следующие показатели [74, с. 41]:

- изменения свойств и качеств основной массы воды, являющиеся результатом реализации проекта;
- изменения качества воздуха в регионе, являющиеся результатом реализации проекта;
- возможность утилизации и повторного использования отходов в результате реализации инвестиционного проекта;

- изменения концентрации загрязнителей в живых организмах, являющиеся результатом реализации проекта;
- воздействие реализации проекта на охраняемые и уязвимые территории;
- изменения качества и количества природных ресурсов, являющиеся результатом реализации проекта;
- воздействие проекта на безопасность человека как вида;
- воздействие на памятники культуры, затрагиваемые в результате реализации проекта (повышение сохранности);
- учет потребностей представителей коренных и малочисленных народов при реализации проекта;
- воздействия на сообщества на территориях, затрагиваемых в результате реализации проекта.

Расчет эффективности инвестиций в социальные проекты по предложенным ранее показателям составляет *первый* этап оценки.

На *втором* этапе оценки для выбора наиболее эффективного проекта Е.М. Марченковым, В.В. Глазковой предлагается применять алгоритм сравнительной рейтинговой оценки проектов, основанный на методе расстояний. Для сравнения инвестиционных проектов по каждому показателю эффективности инвестиций находится максимальное значение, которое принимается как условное эталонное для инвестиционного проекта. Далее исходные показатели совокупной эффективности инвестиций по проектам стандартизируются в отношении соответствующего показателя эталонного проекта по формуле [74, с. 41]

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max a_{ij}},$$

где a_{ij} – полученные данные показателей совокупной эффективности инвестиций в социальные проекты;

x_{ij} – стандартизированные показатели j -го проекта.

Для каждого инвестиционного проекта значение его рейтинговой оценки определяется по формуле [74, с. 41]

$$R_i = \sqrt{[(1 - x_{1i})^2 + (1 - x_{2i})^2 + \dots + (1 - x_{ni})^2]^2},$$

где R – рейтинговая оценка для i -го проекта;

$X_{1i}, X_{2i}, \dots, X_{ni}$ – стандартизированные показатели i -го проекта.

Пока проект не ликвидирован, он не завершен. Ликвидация проекта – это действия по прекращению всех вытекающих из него прав и обязательств (без их перехода в порядке правопреемства к другим лицам). По итогам реализации проекта необходимо представить отчет о завершении работ по проекту. Если для осуществления проекта создавалась специальная структура, она должна быть также ликвидирована [95, с. 147–148].

На рис. 4.6 представлена модель взаимодействия частей социального проекта, составленная М. Смеховым, О. Солдатовой.

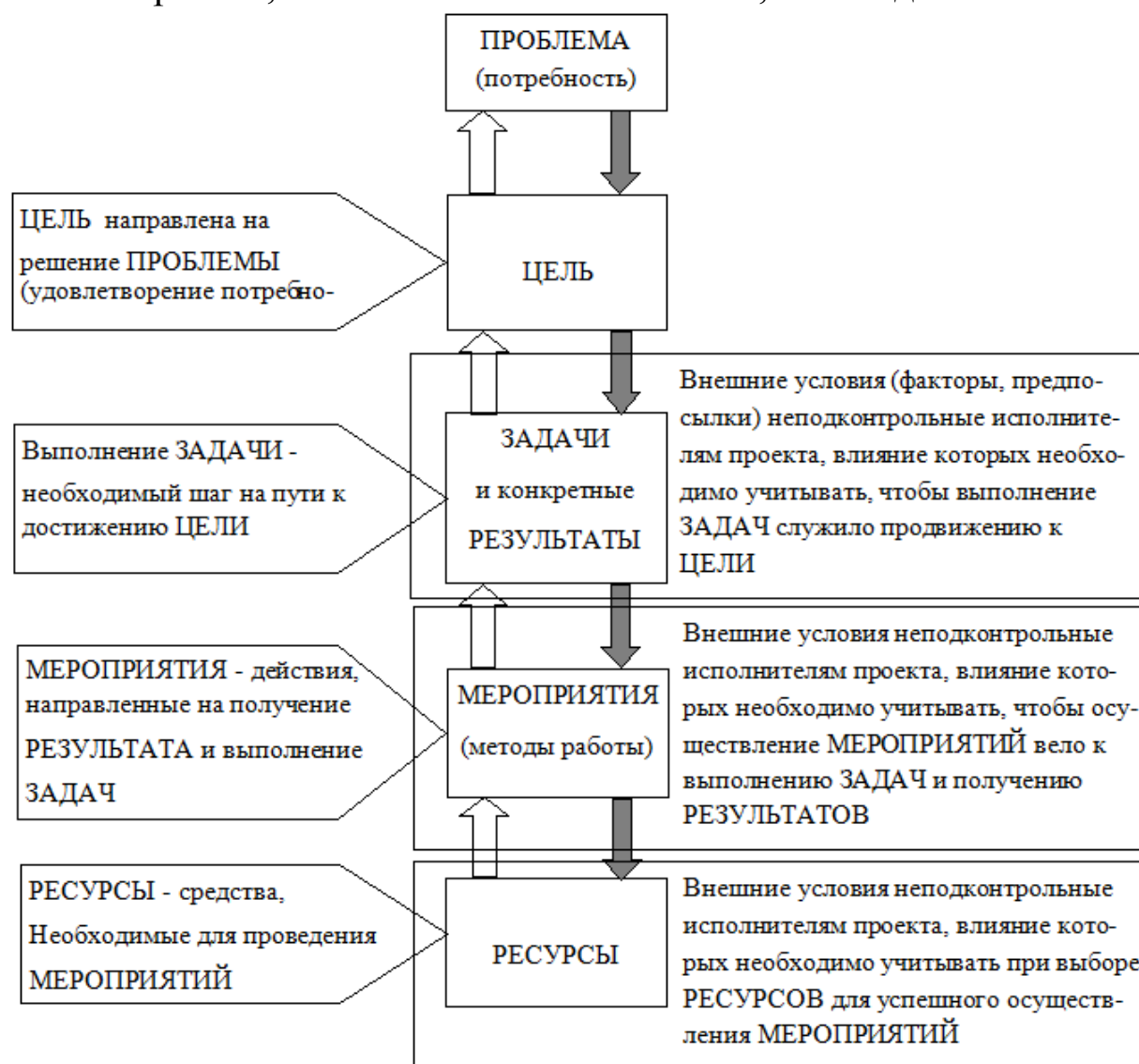


Рис. 4.6. Модель взаимодействия частей социального проекта [98]

4.2. Организация социального проектирования в системе социальной ответственности бизнеса

Особым предметом социального проектирования является проект другого нормативного правового акта, например коллективного договора. Как отмечалось ранее коллективный договор, согласно ТК РФ, – это правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения в организации или у индивидуального предпринимателя и заключаемый работниками и работодателем в лице их представителей [82].

По действующему российском законодательству коллективный договор может заключаться как в организации в целом, так и в ее филиалах, представительствах и иных обособленных структурных подразделениях.

ТК РФ не установлен порядок разработки проекта коллективного договора и его заключения. Право определения порядка разработки и заключения коллективного договора предоставлено сторонам, которые должны разрабатывать и утверждать этот проект в соответствии с ТК РФ и иными Федеральными законами [156, с. 5].

Технология подготовки социального проекта как текста основана на решении следующей задачи – осознание сути проекта самими авторами и представление проекта потенциальным участникам его осуществления.

Чтобы подготовить текст коллективного договора как социального проекта, необходимо провести предварительное исследование социально-экономической обстановки на предприятии, произвести необходимые расчеты, проанализировать полученные результаты. Подготовка текстового описания проекта и его разработка оказываются неразрывно связанными [95, с. 65].

Сравнение коллективных договоров предприятий нефтегазового сектора, работающих в ХМАО-Югре, показывает, что их текстовое описание строится примерно по одной схеме:

1. Проблема, на решение которой направлен социальный проект (регулирование социально-трудовых отношений между работником и работодателем на основе согласования взаимных интересов сторон).

2. Цель и сроки реализации социального проекта (цель заключения коллективного договора).

3. Система мероприятий социального проекта (перечень предоставляемых социальных льгот, гарантий и компенсаций).

4. Ресурсное обеспечение социального проекта (объемы и источники финансирования).

5. Организация управления социальным проектом и контроль за его реализацией.

6. Оценка эффективности социально-экономических и экологических последствий от реализации программы.

Использование идентичных схем при описании коллективного договора разных нефтегазовых компаний как социального проекта является логическим отражением реального проектирования, последовательности фаз развития замысла и его обоснования.

Все этапы разработки и принятия коллективного договора можно разделить на несколько шагов, которые соотносятся с этапами разработки социального проекта:

Шаг 1. Стороны назначают своих представителей.

Шаг 2. Приглашение за стол переговоров.

Шаг 3. Создание комиссии по переговорам.

Шаг 4. Комиссия разрабатывает проект.

Шаг 5. Утверждение и подписание коллективного договора.

Шаг 6. Регистрация коллективного договора.

Шаг 7. Контроль над исполнением коллективного договора [153].

Очевидно, что, кроме использования обычной правотворческой технологии, предполагающей работу специалистов над текстом коллективного договора, необходимо в форме правовых норм представить способы решения неких социальных проблем.

Частью 2 статьи 29 ТК РФ уточнено, что интересы работников при проведении коллективных переговоров, заключении или изменении коллективного договора, осуществлении контроля за его выполнением представляют первичная профсоюзная организация или иные представители, избираемые работниками [82].

В рамках поставленной задачи для ведения коллективных переговоров стороны на равноправной основе образуют комиссию из назначенных необходимыми полномочиями представителей.

На предприятиях нефтегазового сектора разработкой проекта коллективного договора занимается обычно комиссия по коллективным переговорам на основе вариантов проекта, представленных профсоюзным комитетом и работодателем с учетом предложений и замечаний, сделанных работодателем. Проект коллективного договора рассматривается, обсуждается в подразделениях организации и дорабатывается с учетом поступивших предложений. Разработчики проекта коллективного договора оказываются в центре общественной дискуссии.

В основном при проведении переговоров практически сразу достигается согласие по поводу нескольких его пунктов, некоторые пункты приходится долго и упорно обсуждать, а по поводу других так и не удастся прийти к консенсусу в установленные законодательством сроки (3 месяца) [154, с. 306].

Абсолютное большинство переговоров стараются уложить в трехмесячный срок, т.к. если за это время не была достигнута договоренность, то коллективный договор принимается только с теми пунктами, по которым стороны пришли к компромиссу и которые были утверждены. Кроме того следует составлять протокол разногласий, в нем надо отражать те условия, по которым имеются эти самые разногласия, а их в конечном итоге все равно требуется урегулировать [154, с. 307].

Содержание и структура коллективного договора определяются сторонами. Эти вопросы выносятся на обсуждение комиссии по коллективным переговорам. Содержание коллективного договора составляет совокупность его условий. В статье 41 ТК РФ приведен примерный перечень вопросов, регулировать которые можно в рамках коллективного договора. К ним относятся [82]:

- формы, системы и размеры оплаты труда;
- выплата пособий, компенсаций;

- механизм регулирования оплаты труда с учетом роста цен, уровня инфляции, выполнения показателей, определенных коллективным договором;
- занятость, переобучение, условия высвобождения работников;
- рабочее время и время отдыха, включая вопросы предоставления и продолжительности отпусков;
- улучшение условий и охраны труда работников, в том числе женщин и молодежи;
- соблюдение интересов работников при приватизации государственного и муниципального имущества;
- экологическая безопасность и охрана здоровья работников на производстве;
- гарантии и льготы работникам, совмещающим работу с обучением;
- оздоровление и отдых работников и членов их семей;
- частичная или полная оплата питания работников;
- контроль над выполнением коллективного договора, порядок внесения в него изменений и дополнений, ответственность сторон, обеспечение нормальных условий деятельности представителей работников, порядок информирования работников о выполнении коллективного договора;
- отказ от забастовок при выполнении соответствующих условий коллективного договора;
- другие вопросы, определенные сторонами.

Отметим, что Минсоцтруда России в целях оказания содействия руководителям организаций и специалистам, профсоюзным органам при подготовке проекта коллективного договора организаций различных отраслей независимо от форм собственности и организационно-правовых форм разработало макет коллективного договора (далее – Макет), который представлен в письме от 06.11.2003. В Макете содержится перечень разделов, наиболее часто включаемых в коллективные договоры, примерные формулировки положений по от-

дельным вопросам, а также перечень возможных приложений к коллективному договору. При использовании данного макета необходимо учитывать особенности труда в конкретной организации [155, с. 14–15].

Общеизвестно, что социальные проекты нуждаются в финансировании. В роли инвестора коллективного договора как социального проекта выступает работодатель. В силу своей уникальности проектная деятельность связана со многими рисками, но посредством ее реализации возможно получение социального капитала. Например, существует риск, что вложенные в образование персонала средства обернутся убытками, а не получением реальной прибыли. Таким образом, очень важно разработать методологию измерения риска с целью дальнейшего определения его величины. Необходимо найти оптимальную комбинацию следующих параметров: продолжительности обучения и ожидаемого дохода от инвестиций.

При разработке коллективного договора можно использовать пять групп норм и обязательств, предложенных И. О. Снигиревой и С. А. Шалаевым [151].

Первую группу составляют нормы и обязательства, регулирующие важнейшие условия труда. К ним следует отнести оплату труда и ее индексацию, продолжительность рабочего времени и времени отдыха, условия и охрану труда, льготы для отдельных категорий работников.

Вторая группа включает нормы и обязательства, регулирующие отношения, непосредственно связанные с трудовыми: обязательства по обеспечению занятости работников или предоставлению им особых льгот при высвобождении из организации, возможности переобучения другим профессиям и т. п.

Третья группа объединяет нормы, регулирующие социальное обслуживание работников. Среди них указываются нормы о компенсации транспортных расходов, организации и предоставлении дотаций на питание работников на производстве, обеспечении жильем (выдача ссуд) и другие.

Четвертая группа составляет обязательства работодателя и конкретные нормы, посвященные социальному обеспечению и медицинскому страхованию работников.

В пятую группу включаются нормы, регулирующие коллективные трудовые отношения, сторонами которых являются работодатель и коллектив работников или их представители. К примеру, коллективный договор некоторых предприятий содержит правила внесения в него изменений, порядок и сроки осуществления контроля над его выполнением, обязательства по обеспечению нормального функционирования профсоюзов, право профсоюзной организации на ведение коллективных переговоров в соответствии с действующим законодательством.

В целом подготовка проекта коллективного договора на предприятиях нефтегазового сектора занимает почти год. Такая долгая работа отражает особенность коллективного договора как проекта социального: требуется проведение социологического опроса с целью выявления приоритетных направлений социального обеспечения работников предприятия, формируются условия для ведения переговоров и принятия коллективного договора и т.д.

После доработки с учетом конкретных замечаний проект выносится на обсуждение и утверждение общего собрания (конференции) работников. В случае его одобрения он подписывается полномочными представителями работников и работодателя.

Такого рода правовой акт как по своей тематике, так и, прежде всего, по технологии подготовки представляет собой социальный проект. Следствием его принятия является осуществление социальной политики на предприятии.

В соответствии со статьей 50 ТК РФ коллективный договор, соглашение в течение семи дней со дня подписания направляются работодателем, представителем работодателя (работодателей) на уведомительную регистрацию в соответствующий орган по труду.

Для каждого социального проекта определяются временные рамки его осуществления. В мировой практике принято разделять социальные проекты на краткосрочные (1–2 года), среднесрочные (3–5 лет), долгосрочные (10–15 лет). По мнению автора, коллективный договор можно отнести к среднесрочному социальному проекту, т.к. согласно статье 43 ТК РФ он заключается на срок не более трех лет и вступает в силу со дня подписания его сторонами либо со дня, установленного коллективным договором. Стороны имеют право неоднократно продлевать действие коллективного договора на срок не более трех лет.

Контроль над выполнением коллективного договора осуществляется самими сторонами. При проведении указанного контроля представители сторон обязаны предоставлять друг другу, а также соответствующим органам по труду необходимую для этого информацию не позднее одного месяца со дня получения соответствующего запроса [156, с. 6].

Важным средством обеспечения реального выполнения коллективного договора наряду с контролем является установленная в отношении его сторон ответственность за неисполнение и ненадлежащее исполнение своих обязательств. Такая ответственность предусматривается различными нормативными актами и имеет свою специфику в зависимости от того, какая сторона и какие конкретно лица оказались виновными в невыполнении обязательств по коллективному договору. Юридическая ответственность предусмотрена главным образом в отношении должностных лиц, представляющих в договоре работодателя. Эта ответственность выражается преимущественно в форме штрафа и носит административно-правовой характер. Она устанавливается за следующие нарушения:

- 1) уклонение от участия в переговорах;
- 2) нарушение и невыполнение коллективного договора;
- 3) непредоставление информации, необходимой для коллективных переговоров.

Следует отметить, что наиболее распространенной формой юридической ответственности руководителей государственных предприятий и других должностных лиц из числа администрации, виновных в указанных нарушениях, является дисциплинарная ответственность. Она наступает за нарушение таких коллективных обязательств, которые одновременно входят в круг служебных обязанностей должностных лиц [156, с. 6].

В процессе работы нами были изучены и проанализированы коллективные договоры предприятий нефтегазовой отрасли. Как было отмечено ранее, структура их идентична, поэтому более подробно анализируем коллективный договор ООО «Газпром переработка» на 2013–2015 годы, его соответствие требованиям ТК РФ, полноту выполнения за указанный период.

ООО «Газпром переработка» – 100% дочернее Общество ОАО «Газпром», созданное в рамках проходящего совершенствования внутрикорпоративной структуры управления ОАО «Газпром». ООО «Газпром переработка» представляет собой мощный перерабатывающий комплекс в России, в состав которого входят три предприятия, перерабатывающих углеводородное сырье. Филиалы компании расположены в трех субъектах Российской Федерации: Ямало-Ненецком АО, Ханты-Мансийском АО – Югра и Республике Коми [158].

К основным видам деятельности компании относятся [158]:

- добыча, переработка и обеспечение услуг по транспорту и поставкам природного газа, газового конденсата, нефти;
- производство дизельного топлива, автобензинов, авиакеросина, сжиженных, углеводородных газов, ЛВЖ, ШФЛУ, стабильного конденсата, технического углерода, кислорода и других продуктов;
- геологоразведочные работы;
- хранение конденсата, нефти, газа и продуктов их переработки.

Следует отметить, что процедура заключения коллективного договора ООО «Газпром переработка» на 2010–2012 годы была осуществлена в соответствии с требованиями статьи 42 ТК РФ.

Структура коллективного договора соответствует статье 41 ТК РФ и включает в себя следующее:

- Общие положения;
- Взаимоотношения сторон;
- Рабочее время и время отдыха;
- Оплата труда;
- Содействие занятости;
- Социальные льготы, гарантии и компенсации;
- Охрана труда;
- Гарантии прав членов профсоюза и деятельности профсоюзных органов;
- Контроль над выполнением Договора;
- Заключительные положения.

К коллективному договору имеются приложения:

- Положение о Комиссии по регулированию социально-трудовых отношений в ООО «Газпром переработка»;
- Положение о периодах работы, учитываемых при исчислении стажа работы в организациях системы ОАО «Газпром» работникам ООО «Газпром переработка»;
- Перечень должностей (профессий) работников с ненормированным рабочим днем в ООО «Газпром переработка»;
- Список производств, цехов, профессий и должностей с вредными и (или) опасными условиями труда в ООО «Газпром переработка», работа в которых дает право на дополнительный отпуск и сокращенный рабочий день;
- Положение об оплате труда работников ООО «Газпром переработка»;
- Перечень производств, профессий, должностей и работ с вредными и (или) опасными условиями труда в ООО «Газпром переработка», которые дают право устанавливать доплаты работникам в зависимости от условий труда;
- Положение о вахтовом методе организации работ в ООО «Газпром переработка».

Коллективный договор ООО «Газпром переработка» в семидневный срок после подписания был зарегистрирован в отделе организации труда и заработной платы администрации города Сургут.

Раздел «Общие положения» содержит сведения, что Договор распространяется на работников Общества, штатных работников выборных профсоюзных органов; определен порядок внесения изменений и дополнений к Договору, которые оформляются дополнительными соглашениями, подписываются сторонами и являются его неотъемлемой частью.

Раздел «Взаимоотношения сторон» состоит из трех частей: обязательства сторон, обязательства работодателя, обязательства объединенной профсоюзной организации Общества, обязательства работника. При этом в перечень обязательств входят: развитие взаимоотношений на основе принципов социального партнерства в сфере труда, коллективно-договорного регулирования социально-трудовых отношений, уважения взаимных интересов, равноправия, соблюдения трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права и т.д.

В разделе «Рабочее время и время отдыха» в соответствии с ТК РФ устанавливается режим рабочего времени и времени отдыха, продолжительность рабочего времени, суммированный учет рабочего времени, предоставление ежегодных основных оплачиваемых отпусков, дополнительных отпусков и т.д.

При рассмотрении раздела «Оплата труда» следует отметить, что формы и системы оплаты труда устанавливаются работодателем с учетом мнения выборного профсоюзного органа на основе Положения об оплате труда работников ООО «Газпром переработка», разработанного согласно Типовому положению об оплате труда работников организаций ОАО «Газпром». Основой является минимальная тарифная ставка рабочего 1 разряда, устанавливаемая ОАО «Газпром» с учетом мнения МПО ОАО «Газпром». В Положение об оплате труда приведен перечень надбавок и доплат. Ежегодно предусматривается индексация. Работа в ночное время, сверхурочная,

в выходные и праздничные дни оплачивается в соответствии с трудовым законодательством.

Раздел «Содействие занятости» предназначен для учета баланса интересов работодателя и работников при реструктуризации ООО «Газпром переработка».

Значимое место в коллективном договоре занимает раздел «Социальные льготы, гарантии и компенсации». Он состоит подразделов:

- социальные льготы, гарантии и компенсации, предоставляемые работникам;
- социальные льготы, гарантии и компенсации, предоставляемые отдельным категориям работников.

Работодатель обязуется предоставлять льготы, гарантии и компенсации для обеспечения социальной защищенности работников, членов их семей. Одна из основных льгот – один раз в год оказывается материальная помощь к ежегодному отпуску. Выплачиваются премии в связи с юбилейными датами, осуществляется дополнительное пенсионное обеспечение через негосударственный пенсионный фонд «Газфонд», при увольнении выплачивается пособие в зависимости от стажа работы, компенсация стоматологических услуг, при установлении инвалидности компенсация в виде единовременного пособия, компенсация стоимости санаторно-курортных и туристических путевок. Общество всемерно способствует улучшению жилищных условий работников.

Большая роль отводится разделу «Охрана труда». При этом рассматривается охрана труда, промышленная и экологическая безопасность. Работодатель обязуется обеспечивать средствами индивидуальной защиты; безопасные условия труда; работу по охране труда в соответствии с Единой системой управления охраной труда и промышленной безопасностью в ОАО «Газпром» (ЕСУОТ и ПБ); осуществлять добровольное страхование работников от несчастных случаев на производстве; проводить за счет собственных средств предварительные, периодические и внеплановые медицинские осмотры. Работники обязуются соблюдать требования охраны труда.

Динамика коллективного договора означает его исполнение, изменение и расторжение. Исполнение коллективного договора – это осуществление на практике тех условий, которые составляют его содержание [149, с. 10]. Следует заметить, что сама разработка коллективных договоров требует совершенствования. Она должна идти по двум направлениям:

- совершенствовать этапы работы над договором;
- улучшать содержание договора.

4.3. Формирование отчетности о социальной ответственности предприятий нефтегазодобывающей отрасли

Одной из составляющих социальной ответственности отдельного предприятия является выполнение обязательств коллективного договора. На сегодняшний день нерешенной остается проблема формы и содержания статистической социальной отчетности предприятия, а также возможность ее восприятия и интерпретации стейкхолдерами. В сложившейся ситуации необходимо пересмотреть методики составления статистической социальной отчетности предприятия в части обеспечения ее достоверности и полноты с учетом круга заинтересованных лиц.

Выделение групп заинтересованных лиц необходимо проводить, руководствуясь тем, являются ли они сторонами коллективного договора. Именно интересы стейкхолдеров обуславливают информационную наполняемость отчетности о выполнении обязательств коллективного договора. С учетом вышесказанного предлагается утверждать полугодовые и годовые формы статистической социальной отчетности предприятия как приложение к коллективному договору. Это позволит комиссии по регулированию социально-трудовых отношений организовать контроль выполнения коллективного договора, осуществить рассмотрение хода его выполнения и подвести итоги по его выполнению.

Создать действенную систему контроля за выполнением положений коллективного договора возможно благодаря расширению сферы использования корпоративной внутренней отчетности как информационной системы предприятия, а это, в свою очередь, требует переосмысления значения учетной информации в общем информационном обеспечении процесса коллективно-договорного регулирования социально-трудовых отношений [32].

Как отмечает Е.В. Шиманская, система внутренней корпоративной отчетности о выполнении коллективного договора предприятия призвана, во-первых, обеспечить удовлетворение информационных потребностей сторон коллективного договора, во-вторых, снизить напряжение в трудовом коллективе и риск трудовых конфликтов и, как следствие, позволит предприятию избежать судебных споров и штрафных санкций.

На локальном (производственном) уровне предоставление социальных льгот, гарантий и компенсаций регулируется, как было отмечено ранее, коллективным договором предприятия, контроль за его выполнением (как самими сторонами, так и на уровне государства) приобретает стратегическое значение. Это требует социального направления задач контроля, среди которых, прежде всего, защита работников от нарушений их прав в процессе осуществления социально-трудовых отношений [32].

По мнению, Е.В. Шиманской, «для больших предприятий, в частности, представляющих финансовую отчетность, целесообразно составлять специальный отчет о социальной деятельности, в том числе деятельности по выполнению положений коллективного договора, а для незначительных по размеру предприятий – использовать специальную тематическую форму отчетности, которая отвечала бы содержанию самого коллективного договора» [31].

С учетом вышеизложенного для предприятий нефтегазового сектора автором предлагается форма корпоративной статистической отчетности, с целью совершенствования системы корпоративной отчетности для повышения социальной ответственности (рис. 4.7).

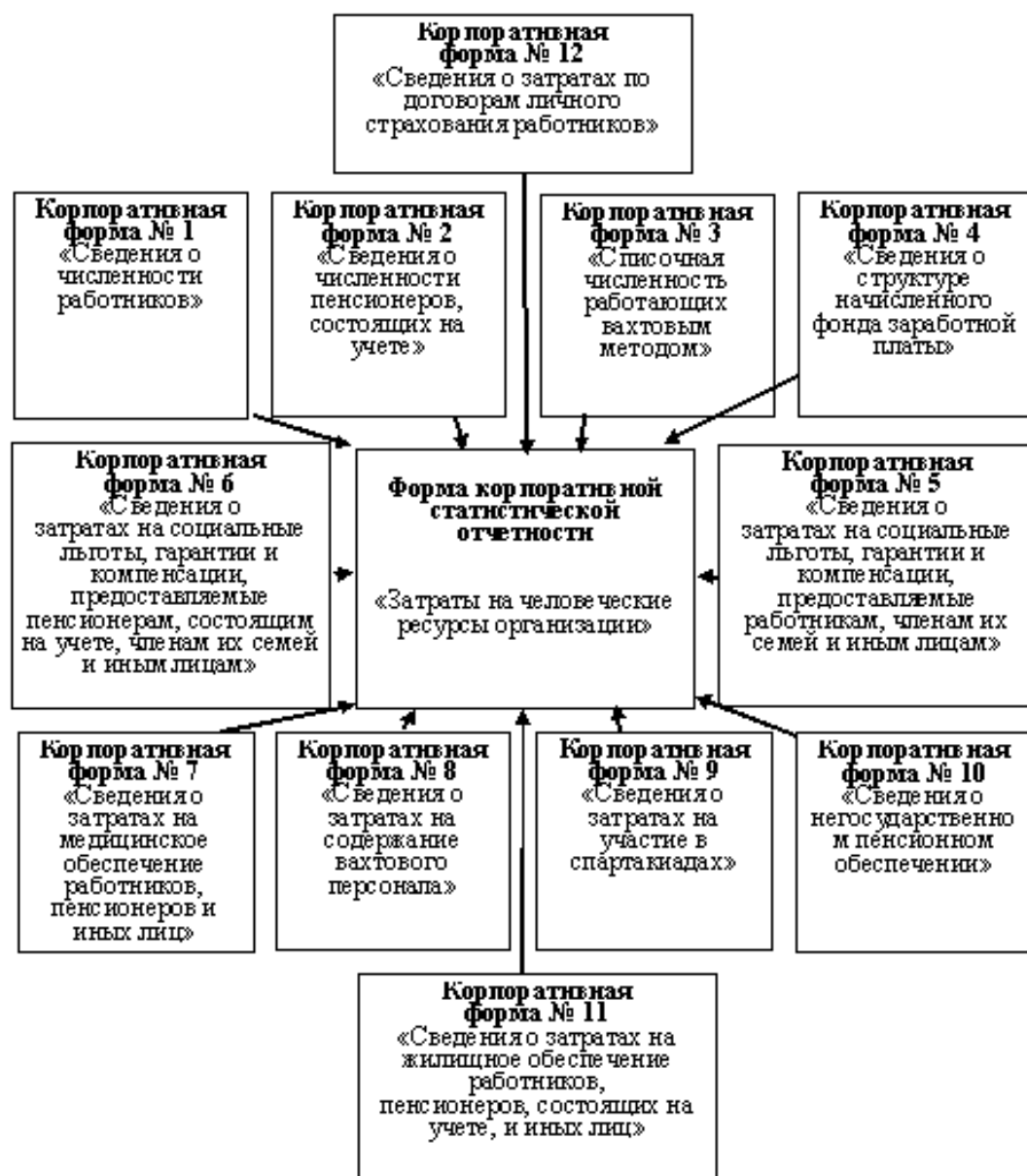


Рис. 4.7. Совершенствование системы корпоративной отчетности на предприятии для повышения социальной ответственности

Рассмотрим более подробно некоторые формы, имеющие специфические особенности.

Информация о предоставлении социального пакета работникам, членам их семей, пенсионерам, состоящим на учете, и иным лицам должна с достаточной детализацией найти свое отображение во внутренней корпоративной отчетности предприятия (корпоративная форма 5, 6). Поскольку социальный пакет может содержать широкий пере-

чень услуг и благ, предприятие должно определить ключевые показатели отчетности, применяемые для оценки состояния выполнения обязательств предприятия по коллективному договору и иным локальным нормативным актам. По нашему мнению, целесообразно приводить все показатели по отдельным категориям лиц (работники; работники в возрасте до 35 лет; члены семей работников; пенсионеры, состоящие на учете; члены семей пенсионеров; иные лица), получившим льготу, гарантию, компенсацию, что позволит проанализировать информацию и обнаружить дифференциацию в предоставлении дополнительных благ различным категориям.

Применение корпоративных форм 5, 6 внутренней отчетности позволит определить степень выполнения составляющих социального пакета коллективного договора [32]. Кроме того, показатели этих форм позволяют обобщить информацию о расходах предприятия на обеспечение различных категорий лиц социальным пакетом [32]. Примерная форма 5 представлена в табл. 4.2. Примерная форма 6 представлена в табл. 4.3.

Информация о расходах на медицинское обеспечение работников, пенсионеров и иных лиц на предприятии должна быть детализирована не только по структурным подразделениям предприятия, но и по различным медицинским мероприятиям, осуществляемым руководством организации, направленным на оздоровление, профилактику заболеваемости, восстановление здоровья, продление профессионального долголетия (предлагаемая корпоративная форма 7 представлена в табл. 4.4).

Применение такой формы внутренней корпоративной отчетности позволит оценить степень выполнения предприятием коллективного договора и иных локальных нормативных актов в части комплекса медицинских мероприятий в разрезе компонентов, обеспечивающих социальную защищенность, а также восстановление здоровья, продление активного долголетия. Кроме того, показатели такой отчетности позволят систематизировать информацию о расходах предприятия на медицинское обеспечение работников, пенсионеров и иных лиц, а также выявить резервы.

Таблица 4.2

Корпоративная форма № 5 «Сведения о затратах на социальные льготы, гарантии и компенсации, предоставляемые работникам, членам их семей и иным лицам»

№ п/п	Наименование социальных льгот и компенсаций	Норма социальной льготы и компенсации, установленная:		Фактическая численность лиц, получивших льготу, гарантию, компенсацию, чел.					Выплаченная сумма, тыс. руб.			
		Коллективным дого- вором и/или иным локальным норма- тивным актом орга- низации	Наименование и № пункта документа	Всего	из них			Всего	в том числе:			
					Работники		члены семей работников		иные лица	работникам	членам семей работников	иные лица
					Всего	в том числе работники, в возрасте до 35 лет						
А) Социальные льготы, гарантии и компенсации, предоставляемые работникам												
1												
2												
3	Всего по подразделу А											
Б) Социальные льготы, гарантии и компенсации, предоставляемые отдельным категориям работников												
4												
5												
6	Всего по подразделу Б											
В) Гарантии прав членов профсоюза и деятельности профсоюзных органов												
7												
8												
9	Всего по подразделу В											
10	ИТОГО											

Таблица 4.3

Корпоративная форма № 6 «Сведения о затратах на социальные льготы, гарантии и компенсации, предоставляемые пенсионерам, состоящим на учете, членам их семей и иным лицам»

№ п/п	Наименование социальных льгот и компенсаций	Норма социальной льготы и компенсации, установленная:		Фактическая численность лиц, получивших льготу, выплату, компенсацию, чел.				Выплаченная сумма, тыс. руб.			
		Положением о соци- альной защите пен- сионеров и/или иным локальным нормативным актом организации	Наименование и № пункта документа	Всего	из них			Всего	в том числе:		
					пенсионеры, состоящие на учете	члены семей пенсионеров	иные лица		пенсионеры, состоящие на учете	члены семей пенсионеров	иные лица
1											
2											
3	ИТОГО										
4	Комментарии по инфор- мации о социальных льго- тах и компенсациях, пре- доставляемых пенсионерам										

Таблица 4.4

Корпоративная форма № 7 «Сведения о затратах на медицинское обеспечение работников, пенсионеров и иных лиц»

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Значение показателя	в том числе по категориям лиц, состоящих на медицинском обеспечении:				
				Работники	Пенсионеры	Иные лица	в том числе:	
							Члены семей работников	Члены семей пенсионеров
1	Затраты на компенсацию стоимости медицинского обеспечения в соответствии с коллективным договором и/или локальными нормативными актами (исключая расходы по прямым договорам и по договорам ДМС ¹), всего	тыс. руб.						
	<i>в том числе:</i>							
1.1	компенсация стоимости стоматологических услуг, включая протезирование зубов	тыс. руб.						
1.2	компенсация стоимости лекарственных средств и изделий медицинского назначения	тыс. руб.						
1.3	компенсация стоимости лечения, кроме стоматологической помощи	тыс. руб.						
1.4	компенсация стоимости обязательных предварительных (при поступлении на работу) и периодических медицинских осмотров	тыс. руб.			X			
1.5	другие аналогичные затраты (с указанием наименования)	тыс. руб.						
2	Оплата первых 3-х дней случаев временной нетрудоспособности	тыс. руб.			X	X	X	X
3	Страховые платежи (взносы) по договорам ДМС	тыс. руб.						
4	Затраты по прямым договорам с учреждениями здравоохранения на оказание медицинских и оздоровительных услуг	тыс. руб.						
5	ИТОГО	тыс. руб.						
	Справочно:							
6	Количество оплаченных случаев временной нетрудоспособности	-						
7	Количество оплаченных дней временной нетрудоспособности	-						
8	Численность лиц, застрахованных по договорам ДМС	чел.						

Содержание и использование на предприятии объектов медицинской инфраструктуры позволяет удовлетворить многочисленные потребности работников, повысить их мотивацию к производитель-

¹ ДМС – договор добровольного медицинского страхования

ному труду и социальную защиту. Разнообразие таких объектов, а также значительный объем расходов на их содержание обуславливают необходимость контроля над операциями по их использованию, в том числе для удовлетворения потребностей работников. Кроме того, контролю подлежит целесообразность содержания таких объектов на предприятии: возможность их использования работниками или предоставления в оперативную аренду сторонним лицам [32].

Нефтегазовыми предприятиями, осуществляющими деятельность в ХМАО-Югре, применяется вахтовый метод организации работ в связи с особыми природными условиями, значительным удалением места работы от места постоянного проживания работников, а также в целях осуществления иной производственной деятельности.

По способу привлечения трудовых ресурсов из различных природно-климатических зон вахтовый метод подразделяется на внутрирегиональный и межрегиональный.

Организация работы вахтовым методом должна обеспечивать ритмичность, непрерывность, комплексность выполнения работ на объектах, преемственность вахтового персонала, сохранность материальных ценностей и человеческих ресурсов, а также соблюдение правил охраны труда, промышленной, пожарной безопасности, санитарно-гигиенических норм и правил.

Доставка работников на вахту осуществляется организованно от пункта сбора до места выполнения работ и обратно экономически целесообразными видами транспорта на основе договоров, заключаемых с транспортными организациями, или с использованием транспорта, принадлежащего предприятию.

Работники, привлекаемые к работам вахтовым методом, в период нахождения на объекте производства работ проживают в специально создаваемых предприятием вахтовых поселках либо в приспособленных для этих целей и оплачиваемых за счет средств организации общежитиях, иных жилых помещениях.

Инфраструктура вахтового поселка должна удовлетворять социальные потребности вахтового персонала, гарантировать необходимый уровень и качество жизни, располагать объектами и коммуникациями жилищно-коммунального хозяйства, здравоохранения, физкультуры и спорта, розничной торговли, общественного питания, бытового обслуживания, связи, культуры и т.д.

Медицинское обеспечение работников, выполняющих работы вахтовым методом, включает амбулаторно-поликлиническую и стационарную помощь, санаторно-курортное лечение (реабилитацию), медицинские профилактические мероприятия, обязательные предварительные (при поступлении на работу) и периодические медицинские осмотры. Медицинское обеспечение организуется медицинской службой предприятия в медицинских подразделениях организации, либо в медицинских учреждениях, с которыми предприятие заключает договоры на оказание соответствующих медицинских услуг, либо по договорам медицинского страхования.

Данные предлагаемой корпоративной формы № 8 позволяют проанализировать структуру затрат на содержание вахтового персонала (табл. 4.5).

Таблица 4.5

Корпоративная форма № 8 «Сведения о затратах на содержание вахтового персонала»

№	Структура затрат	Ед. измерения	Всего	в том числе в зависимости от формы организации работ	
				межрегиональная	внутрирегиональная
1	2	3	4	5	6
1	Единовременные затраты – всего	тыс. руб.			
1.1	Строительство, развитие вахтовых поселков	тыс. руб.			
1.2	Развитие социальной инфраструктуры базовых городов	тыс. руб.			
1.3	Затраты на пополнение, приобретение основных фондов	тыс. руб.			
2	Текущие затраты – всего	тыс. руб.			
2.1	Затраты на оплату труда	тыс. руб.			
2.2	Отчисления в социальные фонды	тыс. руб.			

Окончание табл. 4.5

1	2	3	4	5	6
2.3	Транспортные расходы	тыс. руб.			
	<i>из них:</i>				
	Затраты на доставку вахтовых работников	тыс. руб.			
	Затраты на использование гостиницы	тыс. руб.			
2.4	Затраты на содержание вахтовых поселков	тыс. руб.			
2.5	Затраты на содержание социальной инфраструктуры базовых городов	тыс. руб.			
2.6	Затраты на медицинское страхование и обслуживание, реабилитацию вахтового персонала	тыс. руб.			
2.7	Затраты на организацию общественного питания в местах производства работ	тыс. руб.			
3	ВСЕГО	тыс. руб.			
	<i>Справочно:</i>				
4	Средняя продолжительность вахты	дни	х		

Предприятия, заботящиеся о здоровье сотрудников, в регионах своей производственной деятельности проводят спортивные соревнования по различным зимним и летним видам спорта.

Данные предлагаемой корпоративной формы № 9 позволят проанализировать расходы на участие в спартакиаде по статьям (табл. 4.6).

Таблица 4.6

**Корпоративная форма № 9 «Сведения о затратах на участие
в спортивных мероприятиях»**

№ п/п	Наименование показателя	Ед. изм.	Норматив расходов	Фактические расходы			
				Всего	в том числе:		
					Взрослая	Детская	Совместная
1	Расходы на участие в спортивных мероприятиях	тыс. руб.					
	<i>в том числе</i>						
1.1	затраты на приобретение спортивной экипировки	тыс. руб.					
1.2	затраты на транспортные услуги	тыс. руб.					
1.3	затраты на питание в пути	тыс. руб.					
1.4	прочие затраты	тыс. руб.					
3	Численность спортивной команды	чел.	Х				
4	Численность делегации	чел.	Х				

Современная российская пенсионная система не в состоянии предоставить пенсионерам достаточный уровень социальной защиты. В целях обеспечения дополнительных социальных гарантий и создания условий стабильности на многих предприятиях действует корпоративная система негосударственного пенсионного обеспечения.

Так, в одном из исследуемых предприятий, в ОАО «Сургутнефтегаз», пенсионная схема, реализуемая совместно с НПФ «Сургутнефтегаз», предусматривает установление гарантированного размера пожизненной негосударственной пенсии работнику, получившему соответствующее право, при его увольнении в связи с выходом на пенсию [147].

ОАО «НК «Роснефть», согласно стратегии развития предприятия, определило, что уровень пенсионного обеспечения бывших работников, вышедших на пенсию из компании, на перспективу определен не ниже 40–45% от утраченного заработка. «Полная» пенсия формируется из трех составляющих: государственной пенсии (трудовой); негосударственной пенсии, формируемой за счет средств работодателя; индивидуальной пенсии, формируемой из личных средств работника [3].

Данные предлагаемой корпоративной формы № 10 позволяют оценить: динамику пенсионных взносов в негосударственный пенсионный фонд (далее – НПФ); численность работников, являющихся участниками НПФ (табл. 4.7).

Жилье является одной из базовых ценностей, обеспечивающих ощущение экономической стабильности и безопасности, стимулирующих к эффективному и производительному труду. Жилищная политика является важнейшей составляющей социальной политики на предприятиях. Улучшение жилищных условий может осуществляться за счет средств работников и пенсионеров, состоящих на учете, с привлечением средств предприятия путем предоставления:

– дотаций при ипотечном кредитовании на приобретение или строительство жилья;

– финансовой помощи на строительство (приобретение) жилья;

– возмещение затрат на оплату найма жилых помещений;

– иных механизмов (условий) жилищного обеспечения.

Данные предлагаемой корпоративной формы № 11 позволяют оценить затраты предприятия на удовлетворение жилищных потребностей работников, пенсионеров, состоящих на учете, и иных лиц (табл. 4.9).

Таблица 4.8

Корпоративная форма № 10 «Сведения о негосударственном пенсионном обеспечении»

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Значение показателя
1	2	3	4
1	Пенсионные взносы в НПФ ² за отчетный период	тыс. руб.	
2	Численность работников, являющихся участниками НПФ на конец отчетного периода, всего	чел.	
	<i>в том числе</i>		
2.1	– получающих негосударственную пенсию	чел.	
3	Численность работников (бывших работников), в отношении которых не выполнены обязательства по негосударственному пенсионному обеспечению на конец отчетного периода, всего	чел.	
	<i>в том числе</i>		
3.1	– по приему в состав участников НПФ	чел.	
3.2	– по изменению размера негосударственной пенсии участников НПФ	чел.	
4	Комментарии по информации о негосударственном пенсионном обеспечении работников		

Личное страхование работников предприятий также входит в социальный пакет и может выступать методом стимулирования работников. Целью данного страхования является предоставление страховой защиты работникам предприятия за счет средств работодателя в случае наступления неблагоприятных событий для жизни и здоровья.

² НПФ – негосударственный пенсионный фонд.

Таблица 4.9

Корпоративная форма № 11 «Сведения о затратах на жилищное обеспечение работников, пенсионеров, состоящих на учете, и иных лиц»

№ п/п	Механизмы жилищного обеспечения	Численность работников, пенсионеров, состоящих на учете, и иных лиц, получивших льготы по жилищному обеспечению, чел.						Сумма фактических затрат, тыс. руб.						
		Всего	в том числе по категориям персонала					Всего	в том числе по категориям персонала					
			Работники			Пенсионеры, состоящие на учете	Иные лица		Работники			Пенсионеры, состоящие на учете	Иные лица	
			всего работников	из них работников в возрасте до 35 лет	из них работников, впервые получивших льготу по жилищному обеспечению в отчетном периоде				всего по работникам	из них по работникам в возрасте до 35 лет	из них по работникам, впервые получившим льготу по жилищному обеспечению в отчетном периоде			
1	Дотации при ипотечном кредитовании													
2	Финансовая помощь на строительство (приобретение) жилья													
3	Возмещение затрат на оплату найма жилых помещений													
4	Иные механизмы (условия) жилищного обеспечения													
5	ИТОГО													

Данные предлагаемой корпоративной формы № 12 позволят проанализировать в зависимости от вида страхования число застрахованных лиц, сумму страховых платежей (взносов) по договорам страхования (табл. 4.10).

Таблица 4.10

Корпоративная форма № 12 «Сведения о затратах по договорам личного страхования работников»

№ п/п	Вид страхования	Численность застрахованных лиц, чел.	Сумма страховых платежей (взносов) по договорам страхования, тыс. руб.
1	Добровольное страхование работников от несчастных случаев		
2	Страхование жизни работников		
3	ИТОГО	X	

Можно предложить следующие рекомендации компаниям, осуществляющим социальные инвестиции и публикующим по их результатам социальную отчетность.

Во-первых, предоставлять информацию в разрезе каждого проекта индивидуально, отражая результаты его проведения для заинтересованных лиц. Общие итоги социального инвестирования за определенный период полезны для широкого круга читателей социального отчета и посетителей корпоративного портала, однако доведение результатов в разрезе конкретного проекта и конкретного региона позволяет привлечь внимание, например, таких структур, как региональные власти.

Во-вторых, компаниям рекомендуется информировать собственных сотрудников о результатах мероприятий в рамках социального инвестирования. Сотрудники являются одной из главных категорий стейкхолдеров организации, постоянно интересующихся происходящими в ней событиями и переменами. Способами повышения интереса работников компании к ее социальным программам может стать отражение результатов социального инвестирования на специальной интернет-страничке «Для сотрудников», а также участие самих работников в различных акциях и социальных проектах компании.

В-третьих, актуализация информации, постоянное обновление и совершенствование социальной отчетности. Практика показывает, что социальная отчетность не всегда является регулярной для российских компаний, соответственно, через некоторое время интерес к ней со стороны общества ослабевает, а компания может даже сделать вывод об отсутствии необходимости составления социальных отчетов и социального инвестирования в целом [64, с. 35].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенных исследований, отраженные в данной монографии, позволили выявить особенности и закономерности социальной ответственности современных предприятий с учетом качественных изменений в рабочей силе в общей структуре ресурсов организаций различного уровня. Социальная ответственность предприятий может быть выгодной для последних, так как инвестиции в интеллектуальные способности человека становятся движущей силой в условиях усиливающейся потребности в инновационной модернизации и ускорения циклов технологического обновления, управление которыми в рамках долгосрочных периодов дает субъектам рыночной экономики очевидные конкурентные преимущества при функционировании в составе национальных и международных социально-экономических систем.

Проведенный теоретический анализ позволил определить существенные особенности и изучить современную практику социальной ответственности предприятий во взаимосвязи с человеческим капиталом, что позволило на основе предложенного методического подхода к оценке социальной ответственности организаций применить метод многомерного рейтингового анализа нефтегазового комплекса для комплексной оценки его социальной ответственности.

Разработанные прикладные формы для оценки социальной ответственности предприятий нефтегазодобывающей отрасли, а именно система корпоративной отчетности – социальные отчеты, – позволили разработать подходы к формированию коллективного договора на предприятии, позволяющего достичь высокой эффективности социальной ответственности в рамках существующих механизмов стратегического управления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». – 2010. – 129 с.
2. Официальный сайт ОАО «Газпром». – Режим доступа: [http:// www.gazpromquestions.ru](http://www.gazpromquestions.ru). – Загл. с экрана.
3. Официальный сайт ОАО «НК Роснефть» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http:// www.rosneft.ru>. – Загл. с экрана.
4. Шиманская, Е. В. Внутренняя отчетность как источник информации при проведении контроля за соблюдением положений коллективного договора [Электронный ресурс] / Е. В. Шиманская // Все для бухгалтера. – 2011. – № 2 (2).
5. Скоробогатова, В. И. Социальная ответственность бизнеса: опыт республики Коми [Электронный ресурс] / В.И. Скоробогатова // Доклад на заседании президиума Коми научного центра УРО Российской академии наук (Сыктывкар). – 2006.
6. Одегов, Ю. Г. Актуальные вопросы корпоративной социальной ответственности бизнеса / Ю. Г. Одегов, Е. В. Логинова // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2013. – № 2. – С. 17-29.
7. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
8. Экономический интернет-журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http:// www.ekonomic.narod.ru>. – Загл. с экрана.
9. Трещевский, Ю. Работники предприятия как объект корпоративной социальной ответственности / Ю. Трещевский, Л. Никитина // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2010. – № 9 (9). – [Электронный ресурс].
10. Одегов, Ю. Г. Корпоративная социальная политика и социальная ответственность бизнеса / Ю. Г. Одегов, Е. В. Логинова // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2013. – № 1. – С. 19–26.

11. Социальный отчет. Рекомендации Ассоциации менеджеров, 2005 // Вестник РЭУ. – 2012. – № 1.
12. Документы Всемирного банка по проблемам социальной ответственности бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org>. – Загл. с экрана.
13. Корпоративная ответственность перед обществом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amr.ru>. – Загл. с экрана.
14. Евтеев, С. А. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МК ОСР): Пер. с англ. / С. А. Евтеев. – М.: Прогресс, 1989. – 160 с.
15. Конарева, Л. А. Качество и социальная ответственность / Л. А. Конарева // США – Канада. Экономика, политика, культура. – 2009. – № 5(5). – С. 114-127.
16. Ойдуп, Т. М. Социальная ответственность бизнеса (на примере Республики Тыва) / Т. М. Ойдуп // ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – 2010. – № 11(11). – С. 154-166.
17. Социальная ответственность бизнеса и корпоративное гражданство / МЭ и МО. – 2005. – № 1. – С. 3-13.
18. Хохлявин, С. А. Социальная ответственность: контуры будущего стандарта в его рабочем проекте ISO/WD 26000 / С. А. Хохлявин, С. Ю. Кайман // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 1. – С. 34-32.
19. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / Под общ. ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2004. – 80 с.
20. Перегудов, С.П. Корпоративное гражданство как современная форма социальной инженерии / С.П. Перегудов // Мировая экономика и международные отношения. – 2005. – № 96. – С. 22-32.
21. Зверева, Т.В. Социальная ответственность как способ гармонизации интересов бизнеса и власти / Т.В. Зверева // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2011. – № 4. – С. 86–93.

22. Социальная ответственность бизнеса в условиях современной России: теория и практик: мат-лы заседания круглого стола / Под общ. ред. В.С. Комаровского, Н.А. Волгина. – М.: Изд-во РАГС, 2005.
23. Социальная стратегия российского бизнеса: условия успеха // Мат-лы конференции раздел 2 (Аналитические и методологические материалы). – М., 2003 (28 марта).
24. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: учебник / Под ред. О.Э. Башиной, А.А. Спирина. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 440 с.
25. Одегов, Ю.Г., Логинова Е.В. / Актуальные вопросы корпоративной социальной ответственности бизнеса // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2013. – № 2 (февраль).
26. С. Тюрин / Дополнительная нагрузка // Новая адвокатская газета. – 2011. – № 2.
27. The Challenges of Corporate Social Responsibility. Towards Constructive Partnership // The Phillip Morris Institute for Public Policy Research ASBL. – Brussels, Belgium, 2000.
28. Минин, И.А. / К вопросу о понятии корпоративной социальной ответственности // Адвокат. – 2009. – № 6.
29. Официальный сайт New Economics Foundation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.neweconomics.org/](http://www.neweconomics.org/) – Загл. с экрана.
30. Минин, И.А. / Корпоративная социальная ответственность как форма реализации позитивной юридической ответственности // Адвокат. – 2009. – № 7.
31. Кодекс корпоративного поведения от 5 апреля 2002 г. утвержден распоряжением ФКЦБ России от 4 апреля 2002 г. N 421/р «О рекомендации к применению Кодекса корпоративного поведения» // Вестник ФК ЦБ России. – 2002. – № 4.
32. Шиманская, Е.В. Внутренняя отчетность как источник информации при проведении контроля за соблюдением положений

коллективного договора / Е.В. Шиманская // Все для бухгалтера. – 2011. – № 2 (февраль).

33. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rspp.ru>. – Загл. с экрана.

34. Пять шагов на пути к социальной устойчивости компаний. – М. : РСПП, 2005. – 64 с.

35. Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчетности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов 2008-2011. – М. : РСПП, 2012. – 101 с.

36. Официальный сайт Corporateregister [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corporateregister.com>. – Загл. с экрана.

37. Sustainability Reporting in Emerging Markets: An analysis of the sustainability reporting in selected sectors of seven emerging market countries. SIRAN, KLD, Social Investmnet Forum, 2008.

38. The Rise of the Report and the Regulator: Sustainability Disclosure Amongst Companies in Selected ASEAN Member Countries and Responses from Stakeholders. ACCA, 2010.

39. Undisclosed Risk: Corporate Environmental and Social Reporting in Emerging Asia. IFC and WRI, 2009.

40. Официальный сайт Sicca-ca [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sicca-ca.org> – Загл. с экрана.

41. Постановление Правительства ХМАО – Югры от 09.10.2013 № 419-п (ред. от 29.05.2014) «О государственной программе Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Социально-экономическое развитие, инвестиции и инновации Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2014 – 2020 годы» [Электронный ресурс]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

42. Отчет о работе круглого стола «Корпоративная социальная ответственность: бремя или выгода» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.urbanconomics.ru>. – Загл. с экрана.
43. Лифанов, Р.В. Оценка эффективности управления корпоративными отношениями : дис. ... канд. экон. наук. М., 2005. – 181 с.
44. Кузнецова, О.Б. Управление социальными инновациями в системе взаимодействия бизнеса, власти и общественных некоммерческих организаций : дис. ... канд. экон. наук. Орел, 2008. – 275 с.
45. Котляров, Д.А. Статистическая оценка социальной ответственности промышленных предприятий : дис. ... канд. экон. наук. М., 2006. – 175 с.
46. Магазин инвестиционных фондов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fundmanager.bip.ru>. – Загл. с экрана.
47. Сайт Министерства социальной политики Дании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.detsocialeindeks.dk>. – Загл. с экрана.
48. Доклад о социальных инвестициях в России – 2008. Интеграция КСО в корпоративную стратегию / Ю. Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю. Е. Благова, С. Е. Литовченко, Е. А. Ивановой. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2008. – 92 с.
49. Вязовой, В.Б. Социальная ответственность бизнеса и развитие человеческих ресурсов промышленного предприятия: дис. ... канд. экон. наук. М., 2005. – 165 с.
50. Доклад о социальных инвестициях в России – 2004. Роль бизнеса в общественном развитии / под общ. ред. С. Е. Литовченко. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2004. – 80 с.
51. Carroll A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders // Business Horizons. 1991. July-August. P. 42.
52. Ивченко, С.В. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний / С.В. Ивченко, М.И. Либо-

ракина, Т.С. Сиваева. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2003. – 17 с.

53. Hunt, B. The New Battleground for capitalism. – Financial Times (Mastering Management), October 9, 2000.

54. Crane, A and Matten, D. Business Ethics – A European Perspective. – Oxford: Oxford University Press, 2004.

55. Accountability and Business for Social Responsibility with Brody Burns. Business and Economic Development – The impact of Corporate Responsibility Standards and Practices, Report, June, 2003.

56. Вайнхайрдит, Й.Р. Корпоративная социальная ответственность: коммуникативные действия на внешнюю среду организаций государственного сектора / Й.Р. Вайнхайрдит, Р.М. Андриякайтене // Современные исследования социальных проблем (эл. Журнал). – 2013. – № 10(30).

57. Обзор «Социально-ответственное инвестирование. Опыт развитых стран» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cloudwatcher.ru/userfiles/investsite.pdf> – Загл. с экрана.

58. Тульчинский, Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство / Г.Л. Тульчинский. – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ, 2012. – 236 с.

59. Экономическая теория: макроэкономика: уч. пособие. Часть III / Д.З. Коровяковский, А.А. Шурус, В.Т. Иванов и др. – М.: Академия труда и социальных отношений, 2004. – 188 с.

60. Социальная политика : уч. / под общ. ред. Н.А. Волгина. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 548 с.

61. Социальная политика: уч. для бакалавров / под ред. Е.И. Холостовой, Г.И. Климантовой. – М.: Изд-во Юрайт, 2011. – 367 с.

62. Социальная политика: уч. пособие / С.Н. Смирнов, Т.Ю. Сидорова. – М.: Изд-кий дом ГУ ВШЭ, 2004. – 432 с.

63. Аверин, А.Н. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации : учеб. пособие / А.Н. Аверин. – 3-е изд. – М.: Флинта : МПСИ, 2005. – 224 с.

64. Трунин, Г.А. К вопросу о социальных инвестициях компаний и корпоративной социальной ответственности / Г.А. Трунин, И.В. Лукьянчиков // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 20 (371). – С. 29-36.

65. Якимец, В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы / В.Н. Якимец. – М.: КомКнига, 2005. – 105 с.

66. Камысовская, С.В. Анализ эффективности деятельности субъектов хозяйствования как социально-экономическая категория / С.В. Камысовская, Т.В. Захарова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 18 (369). – С. 11-17.

67. Стандарт GRI. Директивы глобальной отчетности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globalreporting>. – Загл. с экрана.

68. Социальная хартия российского бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.roscomsys.ru/data/content/content_files/socialnaja_khartija_rossijskogo_biznesa.pdf. – Загл. с экрана.

69. Голубева Н.А. Внутренний аудит: поддержка решения задачи соответствия стандартам GRI и ISO 26000 по определению стейкхолдеров компаний и оценке их притязаний / Н.А. Голубева // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – № 17. – С. 24-30.

70. Ендовицкий, Д.А. Оценка корпоративной социальной ответственности российских компаний на основе комплексного анализа нефинансовой отчетности / Д.А. Ендовицкий, Л.М. Никитина, Д.В. Борзаков // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 8 (359). – С. 2-10.

71. Кутепова, Е. Отчетность в области устойчивого развития / Е. Кутепова // В фокусе: корпоративное управление и устойчивое развитие. – 2012. – № 2. – С. 3-5.

72. Веселова, И.И. Особенности статистического учета в области природоохранной деятельности: проблемы, перспективы /

И.И. Веселова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 21 (372). – С. 61-66.

73. Симонов, К.В. Системное регулирование национального модернизационно-инновационного развития в условиях преобразований общественно-политической среды / К.В. Симонов, Д.В. Петросянц, Е.В. Махмутова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 21 (372). – С. 19-28.

74. Марченко, Е.М. Методические подходы к оценке эффективности инвестиций в социальные проекты / Е.М. Марченко, В.В. Глазкова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 8 (359). – С. 35-42.

75. Скопин, О.В. Теоретические основы исследования систем управления предприятием / О.В. Скопин, Н.Л. Назарова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2009. – № 3.

76. Об утверждении методики оценки экономической, бюджетной и социальной эффективности от реализации инвестиционных проектов по строительству (реконструкции) объектов социальной сферы и инженерной инфраструктуры, осуществляемой с участием средств областного бюджета, методики расчета финансового эффекта от их реализации и эксплуатационных расходов будущих периодов: приказ главного управления экономического развития Воронежской области от 29.06.2007 № 90-О.

77. Шитов, В.Н. Комплексный подход к анализу конкурентоспособности предприятий / В.Н. Шитов, О.Ф. Цымбалист // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 13 (364). – С. 59-63.

78. Ломазов, В.А. Процедура поддержки принятия кадровых решений с учетом мотивации работников / В.А. Ломазов, Я.В. Прокушев // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 4 (355). – С. 2-10.

79. Удовлетворенность россиян своей жизнью: медленный рост [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru>. – Загл. с экрана.

80. Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества / Ю.Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю. Е. Благова, И. С. Соболева. – СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014. – 144 с.

81. Генеральное соглашение между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством Российской Федерации на 2014 – 2016 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156312/ – Загл. с экрана.

82. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ. (ред. от 31.12.2014) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=165886> – Загл. с экрана.

83. Отраслевое соглашение по организации нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства объектов нефтегазового комплекса Российской Федерации на 2014-2016 годы (регистрационный № 5/14-16 от 30.01.2014) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.osgink.ru/userfiles/file/Files_trash/Otraslevoe_soglashe nie_2014-16.pdf – Загл. с экрана.

84. Тарифное Соглашение между работниками и руководителями ОАО «Газпром», его дочерних обществ и организаций на 2001–2003 годы (Заключено 30.11.2000), (Зарегистрировано Минтрудом РФ 24.01.2001 N 546-ВЯ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=EXP&frame=467&n=294468&req=doc> – Загл. с экрана.

85. Коллективный договор ООО «Газпром переработка» на 2013-2015 годы (заключен на конференции работников ООО «Газпром переработка» 21 декабря 2012 года). – 227 с.

86. Коллективный договор ООО «Газпром трансгаз Сургут» на 2013-2015 годы (утвержден конференцией работников ООО «Газпром трансгаз Сургут» 25 декабря 2012 года). – 47 с.

87. Коллективный договор ОАО «Сургутнефтегаз» на 2007-2009 годы (продлен с 2010-2012 годы и с 2013-2015 годы). – 171 с.

88. Соглашение между работодателем и профобъединением ОАО «ЛУКОЙЛ» на 2015-2017 годы. – 42 с.

89. Генеральный коллективный договор ОАО «Газпром» и его дочерних обществ на 2013-2015 годы (утв. конференцией работников ОАО «Газпром» и его дочерних обществ 23 ноября 2012 года). – 35 с.

90. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/popular/cons/1_2.html – Загл. с экрана.

91. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 22.10.2014) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/5_75.html#p4757 – Загл. с экрана.

92. Ахметова, И.Ф. Мой выбор : метод. пособие для преподавателей / И.Ф. Ахметова, Т.Ю. Иванова, А.Н. Иоффе, П.Г. Положевец, Г.К. Смирнова. – М.: Межрегион. ассоциация «За гражданское образование», 2001. – 76 с.

93. Intel Обучение для будущего : учеб. пособие. – 5-е изд., испр. – М.: Издательско-торговый дом «Русская Редакция», 2005. – 368 с.

94. Архангельский, Л.М. Нравственное воспитание личности / Л.М. Архангельский // Личность при социализме. – М. : Наука, 1968.

95. Луков, В.А. Социальное проектирование : учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во МГУ: Флинта, 2003. – 240 с.

96. Курбатов, В.И. Социальное проектирование: учеб. пособие / В.И. Курбатов, О.В. Курбатова. – Ростов н/Д : «Феникс», 2001. – 416 с.

97. Тощенко, Ж.Т. Тезаурус социологии. Тематический словарь-справочник / Под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 487 с.

98. Смехов, М. Неучебник по социальному проектированию / М. Смехов, О. Солдатова. – Педагогические технологии, 2008. – 184 с.
99. Ефремов, В.С. Проектное управление: модели и методы принятия решений / В.С. Ефремов // Менеджмент в России и за рубежом. – 1998. – № 6. – С. 49-56.
100. Евдокимов, Ф.И. Методические подходы к оценке социальной ответственности инвестиционных проектов / Ф.И. Евдокимов, В.Ф. Лысяков, Н.В. Розумная // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. – 2013. – № 4 (46). – С. 132-140.
101. Ростовцев, С.А. Опыт социального проектирования организации / С.А. Ростовцев, Т.Е. Зерчанинова // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2009. – № 2. – С. 18-21.
102. Баталыгина, Ю.А. Нравственная составляющая социальных проектов в современном Российском обществе / Ю.А. Баталыгина // Научный поиск. – 2012. – № 4.3. – С. 6-9.
103. Тощенко, Ж.Т. Социология: Общ. курс / Ж.Т. Тощенко. – М.: Прометей, 1994.
104. Павлов, А.Ю. Разработка инструментария поддержки процесса управления реализацией социально-ориентированных инвестиционных проектов на предприятии / А.Ю. Павлов // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – № 4 (105). – С. 99-106.
105. Баталыгина, Ю.А. Социальное проектирование как инструмент управления конфликтами в социальной сфере / Ю.А. Баталыгина // Конфликтология. – 2014. – Т. 3. – С. 192-201.
106. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г. В. Осипова, 1998. – URL: <http://voluntary.ru/dictionary/619/word/proektirovanie-socialnoe>.
107. Мазур И.И., Шапиро В. Д., Ольдерогге Н. Г. Управление проектами. СПб., 1996.

108. Мильман В. Э. Цель как способ проектирования деятельности // Системные исследования: Методологические проблемы. Ежегодник. 1986. М.: Наука, 1987.

109. Прокопьев, А.В. Социальная ответственность участников бизнес-проектов / А.В. Прокопьев // Universum: экономика и юриспруденция. – 2014. – № 3 (4). – С. 2.

110. ISO 21500:2012 – Международный стандарт по управлению проектами / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iso.org> (дата обращения: 01.01.2014).

111. Зимин, В.А. Социальный эффект от реализации инвестиционных проектов / В.А. Зимин // Инновации и инвестиции. – 2013. – № 7. – С. 43-45.

112. Захарченко, Д.О. Оценка социальной значимости инвестиционных проектов градообразующих предприятий / Д.О. Захарченко // Экономика строительства и городского хозяйства. – 2006. – Т. 2. № 4. – С. 199-206.

113. Шапкарин, Д.И. Социальные проекты крупных компаний: социальная ответственность или одно из направлений PR / Д.И. Шапкарин // Вестник Мордовского университета. 2007. Т. 17. № 1. С. 174-176.

114. Емельянов, А.М. Оценка эффективности социальных проектов на основе индикаторов качества жизни населения / А.М. Емельянов, М.А. Исакин, Е.А. Исакина // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 21. – С. 43-52.

115. Акупиян, О.С. Модели и методы мониторинга реализации региональных социально-экономических проектов / О.С. Акупиян, В.А. Ломазов, Д.А. Петросов // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 3. – С. 270.

116. Остроух, О.А. Проблемы мониторинга социальных проектов / О.А. Остроух, Е.Л. Соколова, Р.А. Байчурин // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2010. – № 2. – С. 366-368.

117. Организация административного мониторинга социальных программ на региональном и местном уровнях / под ред. А.Л. Александровой. М. : Фонд «Институт экономики города», 2002.
118. Кузьмин, А. Оценка программ: формула внедрения [Электронный ресурс] / А. Кузьмин. Режим доступа: <http://www.processconsulting.ru>. – Загл. с экрана.
119. Морс, К. Эффективные решения в экономике переходного периода / К. Морс, Р. Страйк, А. Пузанов. М. : Айрис-Пресс, 2007.
120. Остроух, О.А. Основные этапы проведения мониторинга социальных проектов / О.А. Остроух, Е.Л. Соколова // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2010. – № 2. – С. 363-365.
121. Александрова, А. Л. Мониторинг социальных программ: практические примеры / А. Л. Александрова. М. : Фонд «Институт экономики города», 2005.
122. Александрова, А. Л. Эффективность муниципальных социальных программ: возможность и необходимость оценки / А. Л. Александрова [и др.]. М. : Фонд «Институт экономики города», 2003.
123. Байчурин, Р.Т. Отбор показателей результативности в процессе мониторинга социальных проектов / Р.Т. Байчурин // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2010. – Т. 2. № 6. – С. 93-94.
124. Организация административного мониторинга социальных программ на региональном и местном уровнях / под ред. А.Л. Александровой. М. : Фонд «Институт экономики города», 2002.
125. Бестужев-Лада И. В., Наместникова Г. А. Социальное прогнозирование: Курс лекций. – М.: Пед. об-во России, 2001. – 184 с.
126. Российский энциклопедический словарь. – М., 2001. – Кн. 2.
127. Коган, Л.Н. Словарь прикладной социологии / Л.Н. Коган. – Минск, 1984.

128. Степаненко, О.В. Региональная политика как объективный фактор функционирования социально-культурного проектирования / О.В. Степаненко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2009. – № 1. – С. 160-166.

129. Маслова, Е.Е. Практика корпоративной социальной ответственности на промышленном предприятии: проблемы и перспективы / Е.Е. Маслова, Ю.В. Кириллина // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2011. – Т. 2. № 7. – С. 84-85.

130. Гришина, Т.В. Особенности формирования социальной ответственности на Российских промышленных предприятиях / Т.В. Гришина // Труд и социальные отношения. – 2014. – № 5. – С. 52-63.

131. Ширнина, Е.В. Особенности корпоративной социальной ответственности (на примере ООО «Газпром Трансгаз Самара») / Е.В. Ширнина // Вестник Самарского муниципального института управления. – 2011. – № 4. – С. 144-150.

132. Вагизова, Н.Г. Актуализация корпоративной социальной ответственности в нефтегазохимическом комплексе (на примере НГДУ «Ямашнефть») / Н.Г. Вагизова, Г.Х. Яруллина // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – Т. 17. № 13. – С. 318-320.

133. Деревянченко, А.А. Формирование корпоративной социальной ответственности в современной России / А. А. Деревянченко – М.: Социальные отношения, 2008 с. – 287 с.

134. Вагизова, Н.Г. Развитие внешней корпоративной социальной ответственности в нефтегазохимическом комплексе (по материалам ОАО «ЛУКОЙЛ») / Н.Г. Вагизова // Вестник Казанского технологического университета. – Казань, 2013. – №.24 – С. 200-201.

135. Киварина, М.В. Особенности становления Российской модели социальной ответственности бизнеса / М.В. Киварина // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2011. – № 4. – С. 126-130.

136. Алексеева, Д.В. Благотворительная деятельность в программах корпоративной социальной ответственности Российских ТНК / Д.В. Алексеева // Экономические системы. – 2012. – № 5. – С. 28-31.

137. Крупнейшие нефтегазовые компании России // Индустриальный портал Metaprom.ru

138. Лукьянчиков, И.В. Социальные инвестиции в корпоративной социальной ответственности организаций: альтруизм или разумный эгоизм / И.В. Лукьянчиков // Креативная экономика. – 2014. – № 8 (92). – С. 88-98.

139. Воробьева Д. Социальная ответственность бизнеса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.socreklama.ru/](http://www.socreklama.ru/) (Дата обращения: 02.11.2013).

140. Драгунов, Е.В. Особенности реализации принципов корпоративной социальной ответственности бизнеса нефтегазовыми компаниями / Е.В. Драгунов, Е.В. Бутова, И.Б. Подъяблонский // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Серия: Теория и практика управления. – 2012. – № 10 (15). – С. 118-123.

141. Рейтинг социальной ответственности российских компаний за I квартал 2011 года. – URL: <http://www.apsc.ru/news/item/4937-201105101>.

142. Социальный кодекс ОАО «ЛУКОЙЛ». – М., 2002.

143. Братющенко, С.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как институт государственно-частного партнерства и эффективной региональной и социальной политики / С.В. Братющенко, В.Е. Селиверстов // Регион: Экономика и Социология. – 2007. – № 4. – С. 189-206.

144. Либоракина, М.И. Что общество ожидает от бизнеса и что оно готово дать взамен? // Междунар. конф. «Модели социального развития России: роль бизнеса» (12 ноября 2003 г.). – Режим доступа: http://www.urbaneeconomics.ru/publications.php?folder_id=142&mat_id=256. (11.10.2007).

145. Социальная ответственность компании: практическая польза для бизнеса: Методическое руководство / Всероссийская инициатива «Социальная программа Российского бизнеса». Ассоциация менеджеров. – М., 2002.

146. Тупаева, А.С. Реализация социальных проектов предприятий нефтехимического комплекса России / А.С. Тупаева // Вестник Казанского технологического университета. – 2010. – № 9. – С. 817-821.

147. Официальный сайт ОАО «Сургутнефтегаз». – Режим доступа: <http://www.surgutneftegas.ru/> – Загл. с экрана.

148. Официальный сайт ОАО «ЛУКОЙЛ». – Режим доступа: <http://www.lukoil.ru/> – Загл. с экрана.

149. Гайдим, И.В. Коллективный договор как источник трудового права / И.В. Гайлым // Альманах современной науки и образования. – 2011. – № 6. – С. 9-11.

150. Филющенко, Л.И. Коллективные договоры и соглашения в практике социального партнерства / Л.И. Филющенко // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. – 2007. – № 2. – С. 93-98.

151. Макарова, С.В. Роль коллективного договора в регулировании трудовых отношений / С.В. Макарова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 4. – С. 52-54.

152. Елисеев, А.В. Совершенствование коллективных договоров в условиях модернизации экономики / А.В. Елисеев // Известия Уральского федерального университета. Серия 3: Общественные науки. – 2012. – Т. 103. № 2. – С. 77-84.

153. Управление персоналом организации / под ред. А.Я. Кибанова.

154. Остроухов, Л.А. Заключение коллективного договора как современный метод установления договорного регулирования трудовых отношений / Л.А. Остроухов, Р.Р. Ващенко // Наука и современность. – 2014. – № 29. – С. 304-307.

155. Семенихин, В.В. Коллективный договор / В.В. Семенихин // Бухгалтер и закон. – 2010. – № 8. – С. 14-24.

156. Гусов, К.Н. Общая ценность коллективного договора как акта социального партнерства / К.Н. Гусов // Известия Московского государственного индустриального университета. – 2006. – № 2 (3). – С. 4-6.

157. Драчук, М.А. О функции и содержании коллективного договора / М.А. Драчук // Вестник Омского университета. Серия: Право. – 2007. – № 4. – С. 116-121.

158. Официальный сайт ООО «Газпром переработка». – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/about/subsidiaries/list-items/gazprom-pererabotka/> – Загл. с экрана.

159. Коллективный договор ООО «Газпром переработка» на 2010-2012 годы (заключен на конференции работников ООО «Газпром переработка» 22 декабря 2009 года). – 153 с.

160. Гусейнов, Э.К. Формы взаимодействия власти и бизнеса в рамках реализации региональной социальной политики / Э.К. Гусейнов // Стратегия устойчивого развития регионов России. – 2012. – № 12. – С. 11-16.

161. Боброва, Е.В. Взаимодействие власти и бизнеса в реализации социальной политики / Е.В. Боброва // Экономика и социум. – 2013. – № 4-1 (9). – С. 138-142.

162. Коробейникова, Н.Ю. GR-коммуникации в условиях развития современного российского бизнеса / Н.Ю. Коробейникова // Бизнес. Общество. Власть. – 2010. – № 3. – С. 52-69.

163. Галиева, И.С. Региональная социальная политика: проблемы и противоречия в современных Российских условиях / И.С. Галиева // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2013. – Т. 13. № 3. – С. 50-54.

164. Разгулина, Е.Д. Партнерские отношения органов власти и бизнеса в регионе: состояние и проблемы / Е.Д. Разгулина // Вопросы территориального развития. – 2014. – № 9 (19). – С. 1.

165. Разгулина, Е.Д. Партнерство органов власти и бизнес-структур как необходимое условие привлечения частных инвестиционных ресурсов / Е.Д. Разгулина // Проблемы развития территории. – 2014. – № 5 (73). – С. 78-90.

166. Кожевников, С.А. Модернизация жилищно-коммунального хозяйства на основе партнерства власти и бизнеса / С.А. Кожевников // Проблемы развития территории. – 2013. – № 1 (63). – С. 37-46.

167. Сигарева, Л.В. Актуальные вопросы формирования системы взаимодействия органов государственной власти и бизнеса в современной России / Л.В. Сигарева // Омский научный вестник. – 2010. – № 3-88. – С. 79-83.

168. Кудюкин, П.А. Социальное партнерство или корпоративизм? (Социальная структура трудовых отношений в современной России) / П.А. Кудюкин // Вопросы экономики. – 1994. – № 5. – С. 72.

169. Михеев, В.А. Основы социального партнерства: теория и политика: учеб. для вузов. – М.: Экзамен, 2001.

170. Нещадин, А.А. Бизнес и общество: выгодное партнерство / под общ. ред. А.А. Нещадина. – М.: Вершина, 2006. – 256 с.

171. Малышков, В.И. Власть и бизнес: конструктивный диалог / В.И. Малышков // Микроэкономика. – 2013. – № 6. – С. 112-114.

172. Ясницкая, Я.С. Региональные механизмы межсекторного взаимодействия в нефтегазохимическом комплексе республики Татарстан / Я.С. Ясницкая, Д.В. Роднянский // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 8-5. – С. 1179-1181.

173. Волошин, В.В. Механизмы реализации экономически эффективной социальной политики на региональном уровне : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ростовский государственный университет. Ростов-на-Дону, 2004.

174. Лубашев, Е.А. Региональная социальная политика: теоретические основы, функции и принципы / Е.А. Лубашев // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2013. – № 15. – С. 50-54.

175. Бутова, Т.В. Особенности нормативно-правового регулирования партнерства власти и бизнеса в реализации муниципальных социальных функций / Т.В. Бутова, Л.Р. Добрина // Интернет-журнал Науковедение. – 2014. – № 2. – С. 14.

176. Рагулина Ю.В. Особенности соотношения государственного, негосударственного и частного секторов в рамках корпоративной социальной ответственности / Ю.В. Рагулина, Р.Н. Федосова // Вестник Академии. – 2013. – № 3. – С. 78-83.

177. Либоракина, М.И. Что общество ожидает от бизнеса и что оно готово дать взамен? // Междунар. конф. «Модели социального развития России: роль бизнеса» (12 ноября 2003 г.). –Режим доступа: http://www.urbaneeconomics.ru/publications.php?folder_id=142&mat_id=256. (11.10.2007).

178. Социальная ответственность компании: практическая польза для бизнеса: Методическое руководство / Всероссийская инициатива «Социальная программа Российского бизнеса». Ассоциация менеджеров. – М., 2002.

179. Стасюк, Т.П. Организация систем социальной защиты в рамках реализации региональной социально-экономической политики : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ленинградский государственный областной университет им. А.С. Пушкина. Гатчина, 2011.

180. Баринаова, М. ЕС: поддержка принципов корпоративной социальной ответственности / М. Баринаова // Человек и труд. – 2003. – № 2. – С. 42-45.

181. Проблема развития социальной ответственности бизнеса в России сегодня особенно актуальна – URL: <http://kadet.news-22.ru/index.php/2009-09-02-04-41-03/87-2009-10-06-03-47-08>.

182. Ситковский, Д.А. Социальная ответственность бизнеса и региональное развитие / Д.А. Ситковский // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2010. – № 23. – С. 136-144.

183. Bowen, H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – New York : Harper and Row, 1953.

184. Over view of Corporate social responsibility. Компания Business for social responsibility [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://goo.gl/R6EPM>.

185. Уочман П., Форстер М. Социальная ответственность бизнеса. Международная юридическая фирма «Freshfields Bruckhaus Deringer» // SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. – 2005. – № 2.

186. Абрамов, Р.Н. Корпоративная социальная ответственность как пример организационного изоморфизма в условиях глобализации / Р.Н. Абрамов // Журнал исследований социальной политики. – 2005. – № 3. – С. 342.

187. Киварина, М.В. Особенности становления Российской модели социальной ответственности бизнеса / М.В. Киварина // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2011. – № 4. – С. 126-130.

188. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 208 с.

189. Туркин, С. Социальная ответственность бизнеса / С. Туркин // Управление компанией. – 2004. – № 7. – С. 47-68.

190. Шевчук, А. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления / А. Шевчук // Spero. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. – 2005. – № 2. – С. 7-28.

191. Шохин, А.Н. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналити-

ческий обзор / под общей ред. А.Н. Шохина. – М. : РСПП, 2006. – 108 с.

192. Грибцова, Т.Ю. Корпоративная социальная ответственность как основа социально-экономического развития России / Т.Ю. Грибцова // Экономика. Инновации. Управление качеством. – 2013. – № 3 (4). – С. 118-120.

193. Любимов, Д.С. Основные вопросы правового регулирования социальной ответственности бизнеса / Д.С. Любимов // Гражданин и право. – 2013. – № 7 июль.

194. Carroll, A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A.B. Carroll // Business and Society, 1999. – № 3.

195. Трицина, Л.А. Эволюция и формирование концепции корпоративной социальной ответственности предпринимательства. – Днепропетровск: Наука и образование. – 2007.

196. Губаева, М.Д. Необходимость повышения уровня корпоративной социальной ответственности Российских предприятий в современных условиях / М.Д. Губаева, Е.И. Маева // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2011. – № 3. – С. 400-403.

197. Девятловский, Д.Н. Специфика корпоративной социальной ответственности в России: перевес в сторону крупного бизнеса / Д.Н. Девятловский, Е.Н. Мазурова // Глобальный научный потенциал. – 2014. – № 6 (39). – С. 87-90.

198. Налётов, К.И. Еще раз о правовой природе концессионного соглашения / К.И. Налётов // Право и политика. – 2005. – № 3.

199. Варенцова, А. Социальные инициативы в системе страховых продаж: Интервью / А. Варенцова // Организация продаж страховых продуктов. – 2007. – № 4.

200. Тихомиров, Ю.А. Публичное право. – М., 1995. – С. 54-55.

201. Перегудов, С.П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии / С.П. Перегудов, И.С. Семенко. – М.: Прогресс-традиция, 2008.

202. Гурбан И.А., Мызин А.Л. Системная диагностика человеческого капитала регионов России: методологический подход и результаты оценки / И.А. Гурбан, А.Л. Мызин // Экономика региона. 2012. № 4. С. 32-38.

203. Козлов А.И. Методологические подходы формирования и оценки человеческого капитала / А.И. Козлов // Вестник Адыгейского Университета. 2011. № 2.

204. Веретенникова Н.В. Человеческий капитал в экономике знаний / Н.В. Веретенникова // Вестник Томского государственного университета. 2004. № 283. С. 110-113.

205. Bowman M. J. The Human Investment Revolution in Economic Thought // Sociology of Education // Vol. 39, No. 2 (Spring, 1966), pp. 111-137.

206. Denison Edward F. The Contribution of Education to the Quality of Labor: Comment // The American Economic Review, Vol. 59, No. 5 (Dec., 1969), pp. 935-943.

207. Denison Edward F. The Interruption of Productivity Growth in the United States // The Economic Journal, Vol. 93, No. 369 (Mar., 1983), pp. 56-77.

208. Добрынин А.И., Дятлов С.А. Производительные силы человека: структура и формы проявления. – СПб.: УЭФ, 1993, – 152 с.

209. Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования. – СПб.: Наука, 1999. – 309 с.

210. Blaug M. The Empirical Status of Human Capital Theory: A Slightly Jaundiced Survey // Journal of Economic Literature, Vol. 14, No. 3 (Sep., 1976), pp. 827-855.

211. Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis / G.S. Becker. – N.Y.: Columbia University Press for NBER, 1964.

212. Schultz Theodore W. Investment in Human Capital // The American Economic Review, Vol. 51, No. 1 (Mar., 1961), pp. 1-17.

213. Fitz-enz J. The ROI of human capital: measuring the economic value of employee performance / J. Fitz-enz – New York – Washington D.C., 2009.

214. Schultz Theodore W. Investing in People: The Economics of Population Quality. University of California Press 1982

215. Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 672 с.

216. Mincer J. On-the-Job Training: Costs, Returns, and Some Implications // Journal of Political Economy, Vol. 70, No. 5, Part 2: Investment in Human Beings (Oct., 1962), pp. 50-79.

217. Mincer J. Intercountry Comparisons of Labor Force Trends and of Related Developments: An Overview // Journal of Labor Economics, Vol. 3, No. 1, Part 2: Trends in Women's Work, Education, and Family Building (Jan., 1985), pp. S1-S32.

218. Mincer J. Schooling, experience and earnings. N.Y. Columbia University Press, 1974.

219. Зайцева А.Н., Рахимова Л.Р. Формирование и развитие теории человеческого капитала в западной экономической мысли / А.Н. Зайцева, Рахимова Л.Р. // Вестник ТюмГУ. 2010. № 4.

220. McCormick Barry A Theory of Signalling During Job Search, Employment Efficiency, and "Stigmatised" Jobs // The Review of Economic Studies, Vol. 57, No. 2 (Apr., 1990), pp. 299-313.

221. Levine D. I. Worth waiting for? Delayed compensation. Training and turnover in the United States and Japan // Journal of Labor Economics. Vol. 11, No. 4 (Oct., 1993), pp. 724-752.

222. Nancy J. Stockey. Human Capital, Product Quality and Growth // The Quaterly Journal of Economics, Vol. 106, No. 2 (May, 1991), pp. 587-616.

223. Гребенников А.И. Необходимость долгосрочной стратегии структурных преобразований предприятий промышленности России / А.И. Гребенников // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2011. № 5. С. 87-90.

224. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. – М.: Гардарики, 2002. – 296 с.

225. Климова О.С., Таланова Е.А. Совершенствование механизмов кадровой политики предприятий промышленного сектора как фундамент устойчивого развития региона в исследовании Г.Г. Вукович и Т.Г. Строителевой / О.С. Климова, Е.А. Таланова // Теория и практика общественного развития. 2012. № 12. С. 509-512.

226. Корчагин Ю.А. Российский человеческий капитал: фактор развития или деградации? Монография. – Воронеж: ЦИРЭ, 2005. – 252 с.

227. Капелюшников Р.И., Лукьянова А.Л. Трансформация человеческого капитала в российском обществе. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2009. – 196 с.

228. Chang W.S. Hsieh J.J. Exploring a human capital driven intellectual capital framework: evidence from information technology industry in Taiwan // European Journal of Social Sciences. Vol. 21 No.3, 2011, pp. 392-404.

229. Kamukama N., Ahiauzu A., Ntayi J.M. Intellectual Capital and Performance: Testing Interaction Effects // Journal of Intellectual Capital. Vol. 11 No. 4, 2010, pp. 554-574.

230. Maditinos D. et al. The Impact of Intellectual Capital on Firms' Market Value and Performance // Journal of Intellectual Capital. Vol. 12 No. 1, 2011, pp. 132-151.

231. Минцберг Г. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстранд, Ж. Лампель. – М.: Альпина Паблишер, 2013 – 367 с.

232. Lado A.A., Wilson M.C. Human Resource Systems and Sustained Competitive Advantage: A Competency-Based Perspective // The Academy of Management Review, Vol. 19, No. 4 (Oct., 1994), pp. 699-727

233. Arthur J.B. Effects of Human Resource Systems on Manufacturing Performance and Turnover // The Academy of Management Journal, Vol. 37, No. 3 (Jun., 1994), pp. 670-687.

234. Becker B., Gerhart B. The Impact of Human Resource Management on Organizational Performance: Progress and Prospects // The Academy of Management Journal, Vol. 39, No. 4 (Aug., 1996), pp. 779-801.

235. Delaney J.T., Huselid M.A. The Impact of Human Resource Management Practices on Perceptions of Organizational Performance // The Academy of Management Journal, Vol. 39, No. 4 (Aug., 1996), pp. 949-969.

236. Delery J.E., Doty D.H. Modes of Theorizing in Strategic Human Resource Management: Tests of Universalistic, Contingency, and Configurational Performance Predictions // The Academy of Management Journal, Vol. 39, No. 4 (Aug., 1996), pp. 802-835.

237. Huselid M.A., Jackson S.E. Technical and Strategic Human Resource Management Effectiveness as Determinants of Firm Performance // The Academy of Management Journal, Vol. 40, No. 1 (Feb., 1997), pp. 171-188.

238. Bontis N., Fitz-enz J. Intellectual Capital ROI: a Casual Map of Human Capital Antecedents and Consequents // Journal of Intellectual Capital. Vol. 3 No. 3, 2002, pp. 223-247.

239. Фиценц Я. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / Я. Фиц-енц; пер. с англ. – М.: Вершина, 2006. – 320 с.

240. Ковалев С.В. Система контроллинга персонала промышленной организации: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2010. – 264 с.

241. Жуков А.Л. Аудит человеческих ресурсов организации: учебное пособие. – М.: МИК, 2010. – 256 с.

242. Одегов Ю.Г., Никонова Т.В. Аудит и контроллинг персонала. Учебник. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2013. – 672 с.

243. Белобородова Н.А. Кадровая стратегия региона: теоретические подходы к определению понятия / Белобородова Н.А. // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). 2012. № 5. С. 14-18.

244. Забирова Л.М. Кадровая политика организации и развитие стратегического управления человеческими ресурсами / Л.М. Забирова // Вестник Казанского государственного финансово-экономического института. 2011. № 1. С. 27-30.

245. Ансофф, И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 2005. – 178 с.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

1. **Попова Екатерина Владимировна** – кандидат экономических наук, преподаватель кафедры управления персоналом, Сургутский государственный университет Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.
2. **Кельчевская Наталья Рэмовна** – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях, Высшая школа экономики и менеджмента, УрФУ имени первого Президента России Б.Н.Ельцина.
3. **Черненко Илья Михайлович** – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях, Высшая школа экономики и менеджмента, УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.
4. **Сироткин Сергей Александрович** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях, Высшая школа экономики и менеджмента, УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.
5. **Пелымская Ирина Сергеевна** – кандидат экономических наук, доцент, УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

INFORMATION ABOUT AUTHORS:

1. **Ekaterina V. Popova** – Candidate of Science, Economy, lecturer of the Chair of Staff management, Surgut State University of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugra.
2. **Natalya R. Kelchevskaya** – Doctor of Science, Economy, Professor, Head of the Chair of Economics and Management at metallurgical and machine building enterprises, Higher School of Economics and Management, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin (UrFU).
3. **Ilya M. Chernenko** – Candidate of Science, Economy, Associate Professor of the Chair of Economics and Management at metallurgical and machine building enterprises, Higher School of Economics and Management, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin (UrFU).
4. **Sergey A. Sirotkin** – Candidate of Science, Economy, Associate Professor, Associate Professor of the Chair of Economics and Management at metallurgical and machine building enterprises, Higher School of Economics and Management, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin (UrFU).
5. **Irina S. Pelymskaya** – Candidate of Science, Economy, Associate Professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin (UrFU).


Научное издание

**Е.В. Попова, Н.Р. Кельчевская, И.М. Черненко,
С.А. Сироткин, И.С. Пелымская**

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ
КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ
СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

монография

*Редактор Цветкова А.В.
Корректор Богданова Е.А.
Верстальщик Журавлева В.А.*

 издательство
**Креативная
экономика**

Издание научных монографий:

mono@idbg.ru

+7 495 215 01 38

8 800 333 15 38 (звонок бесплатный)

Информация для авторов:

www.bgscience.ru

Усл. печ. л. 25,8. Тираж 500 экз.

Подписано в печать 14.09.2017

Формат: 60х84/16

Отпечатано ПАО «Т8 Издательские технологии»

109316 Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5

Тел.: +7 (499) 322-38-30